

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra pedagogiky

Diplomová práce

**ROLE VIRTUÁLNÍHO PŘÁTELSTVÍ
A KOMUNITNÍCH SÍTÍ V ŽIVOTĚ DOSPÍVAJÍCÍCH**

**Role of Virtual Friendship and Community Networks
in the Life of Adolescents**

Bc. ŠÁRKA VOTRUBCOVÁ

Praha 2011

Vedoucí práce: PhDr. Jitka Lorenzová, Ph.D.

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala PhDr. Jitce Lorenzové, Ph.D.za odborné vedení, cenné připomínky a rady. Dále moje poděkování patří zaměstnancům a žákům turnovských základních škol, a to ZŠ Skálova 600, ZŠ 28. října 18 a ZŠ Žižkova 518 za pomoc při realizaci mého výzkumného šetření.

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 13.12.2011

.....

Podpis

ANOTACE

Diplomová práce Role virtuálního přátelství a komunitních sítí v životě dospívajících je zaměřena na poměrně mladý fenomén virtuálního přátelství na sociální síti na internetu u mladé generace zhruba do 20 let.

Text je složen ze dvou hlavních částí. V úvodním teoretickém oddílu jsou na základě teoretické analýzy, interpretace literatury a deskripce funkcí komunitních sociálních internetových sítí popsány jejich hlavní charakteristiky ve vztahu k dospívajícím. Podrobně je popsána zvláště komunitní síť Facebook, se kterou je nejvíce spojen pojem virtuálního přátelství.

Praktická část obsahuje empirické šetření na téma online komunity v životě dospívajících. Jako výzkumný nástroj byla uplatněna anketa a dotazník vlastní konstrukce. Byly definovány čtyři cíle a šest hypotéz, ze kterých se podařilo ověřit dvě.

KLÍČOVÁ SLOVA

sociální sítě, dospívající, Facebook, virtuální přátelství, virtuální komunity, profil na sociální síti, uživatel sociálních sítí, internetová komunikace

ANNOTATION

The Thesis Role of Virtual Friendship and Community Networks in the Life of Adolescents is dealing with rather new phenomena of virtual friendship on the internet social network that is connected with young generation to 20 years old.

The text consists of two main parts. In the introducing section the main characteristics of community social networks in connection to adolescents described on the basis of teoretical analyse, interpretation of literature and description of their main functions. Especially social networking site Facebook is detailed characterized, because virtual friendship is mainly connected with it.

The practical part contains research on theme of online communities in the life of adolescents. A public iquirry and a questionnaire were used as research tools. Four goals and six hypothesis were defined. Two hyphothesis were verified.

KEY WORDS

social networks, adolescents, Facebook, virtual communities, virtual friendship, social networking site profile, user of social networks, internet communication

OBSAH

1. Úvod	7
1.1 Charakteristika problematiky a motivace pro výběr tématu	7
1.2 Dosavadní odborné řešení problematiky	7
1.3 Cíle práce, metody řešení a přiblížení struktury práce	8
2. TEORETICKÁ ČÁST	9
2.1 VIRTUÁLNÍ KOMUNIKACE NA INTERNETU	9
2.1.1 Dělení on-line komunikace	11
2.1.2 Specifické rysy virtuální komunikace	12
2.2 DOSPÍVÁNÍ	16
2.3 SÍŤOVÁ GENERACE – SPECIFIKA A POTŘEBY DNEŠNÍCH DOSPÍVAJÍCÍCH	18
2.4 DOSPÍVAJÍCÍ A SOCIÁLNÍ INTERNETOVÁ MÉDIA	21
2.4.1 Stručná historie sociálních sítí	22
2.4.2 Dělení sociálních médií	23
2.4.3 Definice a specifika komunitních sociálních sítí	24
2.4.5 Komunikace na sociálních sítích	25
2.4.6 Motivace pro využívání sociálních sítí	26
2.4.7 Uživatelé sociální médií	27
2.4.8 Nejvyužívanější sociální sítě u dospívající populace a jejich specifika	28
2.4.9 Facebook	31
2.4.10 Virtuální přátelství na Facebooku	36
2.4.11 Rizika na sociálních sítích	37
2.4.12 Rizika sociálních sítí u českých dospívajících ve srovnání s Evropou	39
3. EMPIRICKÁ SONDA	42
3.1 VÝZKUMNÁ OTÁZKA	42
3.2 CÍLE EMPIRICKÉ SONDY	42
3.3 HYPOTÉZY A JEJICH ZDŮVODNĚNÍ	43
3.4 STRATEGIE EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ	45
3.5 POPIS EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ	46
3.5.1 Výzkumný soubor a vzorek	46
3.5.2 Průběh šetření	47
3.6 VYHODNOCENÍ VÝSTUPŮ EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ A INTERPRETACE DAT	49
3.7 SPLNĚNÍ CÍLŮ A OVĚŘENÍ HYPOTÉZ	62
3.8 ZÁVĚRY ŠETŘENÍ A DISKUSE	68
4. ZÁVĚR	70

1. ÚVOD

1.1 Charakteristika problematiky a motivace pro výběr tématu

Sociální sítě na internetu se staly v dnešní době významným fenoménem, především pak v životě dospívajících. Tyto nové technologie se odvíjí od celkové globalizace světa. Ten se propojuje právě skrze tyto komunity, jejichž nejsilnější jádro tvoří právě dospívající.

Internetové propojení přináší řadu výhod ale i rizik. Právě mladí lidé mají sklon tato rizika podceňovat. Dospívání je typické období sdružování se, vyhledávání vrstevníků. Nejsnazší cesta vede právě skrz sociální sítě typu Facebook.

Toto téma jsem zvolila z důvodu jeho aktuálnosti. Sama jsem uživatelkou sociálních sítí a vidím, jak mě ovlivňují. Znepokojuje je mě chování dospívajících v těchto virtuálních komunitách, které mám možnost každodenně pozorovat.

1.2 Dosavadní odborné řešení problematiky

Existuje množství zahraničních výzkumů z oblasti komunikace a vztahů na internetu. Známy je například výzkum Reidové týkající se chatových projevů. Pro objasnění působení sociálních sítí a komunikace prostřednictvím nových technologií celkově, jsem využila i výzkumů některých antropologů a neurologů.

Nejvýznamnějším badatelem v oblasti virtuální komunikace dospívajících je David Šmahel z Fakulty sociálních studií Univerzity Masarykovy v Brně. Často na tomto tématu spolupracuje se Zbyňkem Vybíralem. Pro čerpání informací o sociálních sítích a jejich uživateli jsem využila i několik marketingových publikací. Marketingoví specialisté se sociálními sítěmi (hlavně Facebookem) hojně zabývají kvůli jeho ekonomickým možnostem.

Ráda bych také zmínila unikátní výzkumný projekt EU Kids Online, který byl realizován na jaře a v létě roku 2010. Jednalo se o rozsáhlý výzkum financovaný programem Evropské komise Bezpečnější Internet (EC's Safer Internet Programme), který zahrnoval vzorek více jak 25 tisíc dětí z 25 evropských zemí. Šetření probíhalo u dětí a dospívajících ve věkovém rozmezí 9 až 16 let používajících internet¹. Jeho výsledky slouží především k získání informací, které umožní zlepšit bezpečnost dětí a dospívajících na internetu. (Viz EU Kids Online šetření, www dokument, 2011, s. 1)

¹ Tento výzkum komplexně zahrnoval používání všech zařízení, kterým se lze na internet připojit a také všechna místa, kde se respondenti připojují (doma, ve škole atp.).

1.3 Cíle práce, metody řešení a přiblížení struktury práce

Hlavním cílem diplomové práce je zjistit stav dosavadního poznání v oblasti a získat odborný vhled do problematiky virtuální komunikace, virtuálních vztahů (především fenoménu virtuálního přátelství) a komunitních sociálních sítí na internetu u dospívajících. Na základě této analýzy odborných zdrojů budou splněny dílčí cíle teoretické části diplomové práce, které zní:

- 1.** Charakterizovat znaky virtuální komunikace dospívajících a vystihnout aktuální trendy v této oblasti se zaměřením na sociální sítě na internetu.
- 2.** Popsat rizika virtuální komunikace a sociálních sítí.
- 3.** Charakterizovat úlohu virtuálního přátelství v životě dospívajících na základě specifik a potřeb vývojového období adolescence.

Teoretická část obsahuje empirické šetření malého rozsahu na téma online komunity v životě dospívajících na Turnovsku. Jako výzkumné nástroje byly použity anketa a dotazník. Obojí vlastní konstrukce.

2. TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Virtuální komunikace na internetu

Vliv internetu na lidskou komunikaci je obohacující i škodlivý. Neblahé dopady na kvalitu řeči a myšlení se mohou projevovat ochuzováním slovní zásoby, zpragmatičtřením projevu, anglikanismy, roztěkaností, úsečností atp. Přínosem tohoto média je větší informační dostupnost a prostupnost, interaktivnost a rychlost při zprostředkování kontaktu. (Srov. Vybíral, 2005, s. 271)

Internet modifikoval komunikační návyky. Většina lidí zvolí spíše elektronickou komunikaci než klasické dopisy. Psaní (tzv. vyťukávání, ťukání) na klávesnici bývá dokonce někdy označováno jako samostatný druh komunikace (angl. *the typed communication*²). (Srov. Vybíral, 2005, s. 272). Zdá se, že v analýzách projevů, v nichž se to dnes hemží zkracovanými tvary slov a sousloví nebo smajlíky, není samoučelné převzít označení ťukaná komunikace. Skutečně ji nelze označit za komunikaci psanou v tradičním smyslu. (Viz Vybíral, 2001, s. 18)

Komunikace získala odlišný rytmus. Lidé odpovídají rychleji³, než byli zvyklí u jiných druhů psané výměny informací, naučili se zároveň rychlé odpovědi očekávat (srov. Vybíral, 2005, s. 272). „Tento nový rytmus části života nemohl zůstat bez odezvy z hlubších, prožitkových vrstev psychiky.“ (Vybíral, 2005, s. 272)

Stejně jako v reálné komunikaci je však potřeba i v internetové komunikaci počítat s individuální variabilitou prožitků a postojů. (Srov. Vybíral, 2005, s. 272)

Internet jako médium si lze také přiblížit pomocí McLuhanova⁴ dělení na horká (angl. *hot*) a chladná (angl. *cool*) média. Pro horká média je typická nízká participace jejich příjemce, protože ten dostane tolik informací, že už nezbývá prostor pro jeho invenci. Data zahlcují především jeden ze smyslů, jako je to např. u rozhlasu, filmu nebo fotografie. Chladná média naopak vedou příjemce k vysoké míře participace a doplňování si sdělovaných představ, zapojují více lidských smyslů. Sem se řadí četba, rozhovor po telefonu, abstraktní obraz apod. (Srov. McLuhan 2011, s. 36-37; Kraus, 2008, s. 31)

² pojem Reidové (srov. 1991, online)

³ A tudíž i jim se dostává odpovědi rychleji. (Srov. Vybíral, 2005, s. 272)

⁴ Jak poukazuje Jiráček v doslovu k McLuhanovu nejznámějšímu dílu *Jak rozumět médiím* (angl. *Understanding Media*), lze tohoto představitele torontské školy mediálních studií, filozofa a kritika označit za „bystrého analytika informačního věku“ digitalizace dat a počítačových sítí, přestože jeho kniha poprvé vyšla už v roce 1964 (in McLuhan, 2011, s. 382-384).

Elektronická média jako televize a počítač by se tak měly zařadit do okruhu prostředků chladných (aktivizujících), které zapojují více smyslů. Ve skutečnosti jde ale spíše o specifickou kombinaci chladných a horkých médií, kde míra participace příjemce značně kolísá. (Srov. Kraus, 2008, s. 31-32)

McLuhanovo dělení má ještě jednu rovinu, jedná se o slovíčko *cool* (chladný). Především mladí lidé jím označují vše, co je podle nich úžasné, skvělé, moderní. To vysvětluje autor takto (2011, s. 7): „Slovo „chladný“ (cool) se dnes [...] užívá tam, kde se říkávalo „horký“. Dříve termín „horká debata“ znamenal, že do ní byli lidé hluboce vtaženi. Na druhé straně „chladný“ postoj vyjadřoval odstup, objektivitu a nezájem.“ *Chladný* se teď používá v dřívějším významu *horkého* a vyjadřuje zaangažovanost a participaci. Nejde pouze o změny v lidském vidění světa odrážejícím se v nově vznikajících slangových výrazech (viz s. 7-8), jak je vnímal McLuhan. Podle mne mladí lidé touží být *cool*, touží *být vtaženi*, protože chtějí nalézt svoje místo v životě a společnosti. V této souvislosti mě napadá také obrovská obliba televize PRIMA COOL u dospívajících.

Připojovat se na internet je pro děti a dospívající naprosto běžné, 60 % z nich tak činí každý den. Pro dalších 33% uživatelů je běžné připojovat se alespoň jednou týdně. Také se připojují na internet v čím dál mladším věku – průměrný věk prvního použití internetu je v Evropě včetně České republiky 9 let. (viz Livingstone, Haddon, Görzig, 2011, [www dokument](#), s. 12)

Použití internetu u dospívajících je stále více individualizovanější, privátnější a mobilnější. Internetový konzumenti ve věku 9-16 let stráví online denně v průměru 88 minut. Uživatelé ve věku 15-16 let tráví na internetu 118 minut denně, dvakrát víc než uživatelé ve věku 9-10 let (58 minut). (Viz Livingstone, Haddon, Görzig, 2011, [www dokument](#), s. 12-13) Dospívající se na internet připojují nejčastěji doma (87%), často také ve škole (63%). Způsob přístupu na internet se však liší – 49% se připojuje ze svého pokoje a 33% prostřednictvím mobilního telefonu nebo jiného přenosného zařízení. (Viz EU Kids Online šetření, [www dokument](#), 2011, s. 1)

2.1.1 Dělení on-line komunikace

Šmahel uvádí dvě základní dělení komunikace v prostředí internetu: podle druhu nositele předávané informace a podle přítomnosti stran při komunikaci.

Toto dělení se v podstatě zaměřuje na to, které smysly komunikující pro přijetí zprávy využívá, které smysly virtuální komunikace *zasahuje*. Nositeli předávané informace mohou být:

- a) **Text:** u on-line komunikace nejfrekventovanější, např. e-mail, chat.
- b) **Obraz:** např. posílané obrázky, webové stránky.
- c) **Zvuk:** např. posílané zvukové nahrávky ve formě MP3, telefonování po Skypu.
- d) **Multimédia:** spojení textu, obrazu a zvuku → web, např. videokonference. (Srov. Šmahel, 2003, s. 101-102)⁵

Druhé dělení se týká především psané formy a odvíjí se od přítomnosti stran při komunikaci. Jedná se o komunikaci:

- a) **Synchronní:** komunikující strany jsou připojeny na internet ve stejný okamžik. Sdělená zpráva se okamžitě objeví na obrazovce počítače (či jiného přístroje) protějšku. Jde o komunikaci v reálném čase, tedy jde o přesný význam pojmu *on-line* komunikace. Typickým příkladem je chat.
- b) **Asynchronní:** současná přítomnost obou (nebo více stran) na internetu není vyžadována, což znamená, že si komunikující strany *vyzvednou* zprávu až po tom, co se k internetu připojí. Typicky e-mail (srov. Šmahel, 2003, s. 102). Interval mezi odesláním může být různě dlouhý, v řádu minut, dní či déle. Jedná se potom o tzv. komunikaci *off-line*.

Jak Šmahel uvádí, není toto dělení striktní, protože většinou lze u novějších komunikačních nástrojů využít všech druhů komunikace (srov. 2003, s. 103). Pokud bych měla toto dělení aplikovat na sociální síť Facebook, tak u něj je nástrojem synchronní komunikace Chat a asynchronní formy Zpráva. Tyto dvě formy byly v rámci inovací propojeny v jeden komunikační nástroj, ve kterém však lze v případě potřeby tyto dvě složky odlišit.

⁵ Primární zdroj: ŠMAHEL, D. *Specifika komunikace prostřednictvím elektronické pošty*. Brno : FSS MU, 2000. Bakalářská práce.

2.1.2 Specifické rysy virtuální komunikace

Multiplicita

„Čím více komunikace, tím se pocit z komunikace stává příjemnějším. Na kvalitě rozhovoru [...] záleží méně než v realitě.“ (Šmahel, 2003, s. 137)

Multiplicita označuje komunikaci s více lidmi současně, a to často i za pomoci různých komunikačních prostředků. (Srov. Šmahel, 2003, s. 136) Komunikující mohou například chatovat se šesti lidmi, přitom mít otevřeno okno ICQ pro další chatování, eventuálně k tomu mohou vyřizovat i e-maily. O každé nové došlé zprávě jsou informováni buď zvukovým znamením, nebo blikajícím jménem na spodní liště obrazovky apod. (Srov. Vybíral, 2005, s. 277). Stejně tak o každé nové zprávě upozorňuje Facebook.

Nejde však pouze o simultánní komunikaci s několika lidmi, ale také o rozličných tématech, přičemž ani jednomu z vedených rozhovorů diskutující nevěnuje plnou pozornost. (Srov. Šmahel, 2003, s. 136). Dochází nejen ke štěpení pozornosti, ale někdy také i identity. (Srov. Šmahel, 2003, s. 139) Při virtuální komunikaci může dospívající svou identitu velmi snadno upravovat (Srov. Vybíral, 2005, s. 277). Na základě fragmentárnosti multiplicitní komunikace lze její průběh přirovnat například k hudebnímu videoklipu. (Srov. Šmahel, 2003, s. 137)

Šmahel (srov. 2003, s. 136) upozorňuje na to, že přestože v běžné komunikaci tento jev nenastává, na internetu je dosti obvyklý a pravděpodobně poskytuje určitý specifický druh uspokojení. Podle mého názoru Šmahel výstižně vystihl jak by multiplicita mohla vypadat, kdyby se vyskytovala i mimo internetovou komunikaci: člověk by například musel stát uprostřed nějaké chodby a nahlížet do místností, kde by se komunikovalo na určité téma. Přitom by si mohl přečíst historii toho, co už bylo řečeno a do komunikace by mohl přispět. (Viz 2003, s. 136) Ještě bych dodala, že některé místnosti by pro takového člověka zůstaly uzamčeny.

Dle Vybírala (viz 2005, s. 277) uvádějí multiplicitní situace organismus jejich příznivců do stavu podobného transu. Adrenalinové pozitivní vypětí při multiplicitní komunikaci lze přirovnat např. k prožitkům při fyzické aktivitě. Může docházet až ke stavům podobným tzv. flow fenoménu (nepozorovaného plynutí času, kdy je člověk natolik pohlcen komunikací, že nevnímá potřeby svého těla jako je žízeň nebo hlad). (Srov. Šmahel, 2003, s. 138; Šmahel, Konečný, 2006, s. 164-165; Vybíral, 2005, s. 277) Podle výzkumů Šmahela popisují dospívající tento stav jako velmi příjemný, dostavuje se u nich opojný pocit toho, že

nezvládají odpovídat, že jsou zahrnuti přátelstvím a zájmem. (Srov. Šmahel, 2003, s. 138)⁶. Otázkou zůstává, zda tato mnohočetná komunikace slouží jako relaxace a zábava nebo je to pouze prostředek k odvedení pozornosti od vlastních problémů. (Srov. Šmahel, Konečný, 2006, s. 165)

Podle mé zkušenosti je prostředí sociálních sítí pro multiplicitní komunikaci velice dobře uzpůsobeno. Jsou zde v podstatě rozvinuty vlastnosti chatu, kdy uživatel může zároveň soukromě chatovat s jednotlivci a různými skupinami a přitom může psát na *zed'* své komentáře, které rozvíjí diskuze veřejné. Vše lze provádět na jedné sociální síti, přičemž dospívající může mít otevřených více sociálních sítí nebo využívat další prostředky (např. si může s někým vyměňovat e-maily, a to i ve velmi krátkých intervalech v řádu několika sekund nebo psát SMS přes internetový portál apod.).

Vybíral multiplicitní komunikaci vidí jako výhodnou pro cvičení schopnosti myslet na více věcí najednou a zlepšení pohotovosti. (Viz 2005, s. 277)

Někteří odborníci však před multiplicitou (angl. multitasking) – tedy děláním několika věcí najednou - varují. Nejnovější výsledky výzkumů z této oblasti výmluvně shrnuje Steve Nguyen (viz 2011, online) v článku *Multitasking nefunguje*. Poukazuje na to, že lidé, kteří dělají více věcí najednou, vykazují nižší produktivitu než ti, kteří se koncentrují jen na jeden úkol. Dochází také ke zvyšování stresu a dokonce poklesu IQ. Ve skutečnosti vlastně ani multitasking neexistuje. Náš mozek nezpracovává úkoly současně, ale pouze rychle přepíná z jednoho úkolu na druhý. Lidé, kteří si myslí, že zvládají dělat hodně věcí najednou, jsou ve skutečnosti dobří pouze v přepínání pozornosti mezi jednotlivými úkoly.

I když Nguyen shrnuje výsledky výzkumů zaměřených především na vliv používání moderních technologií (tj. telefonování, psaní textových zpráv apod.) při řízení motorových vozidel, lze tyto výsledky zobecnit i pro naše účely. Dospívající používají multitasking velmi často a mají přitom pocit, že zvládají hodně věcí najednou. Neuvědomují si však, že jsou pod větším tlakem, a tak dělají více chyb. Pokud se věnují na internetu zábavným činnostem (například sledují hudebních klipy a přitom s někým chatují), větší počet chyb nehraje žádnou výraznější roli. Stává se však, že dospívající vypracovává domácí úkoly nebo se učí a do toho vstupují různé ruchy z okolí. Otázkou je, kolik času na učení nebo odpočinek bez neustálého kontrolování svých mobilních telefonů nebo komunikačních prostředků na internetu vlastně dospívající mají. Největší nebezpečí spatřuji v tom, že si děti a dospívající zvyknou být

⁶ Šmahel a Konečný dále přibližují, že komunikující se cítí důležití, protože *mají tolik přátel, že s nimi nestíhají komunikovat* a zároveň si připadají také výkonní, jelikož si *zvládnou dopisovat s tolika lidmi najednou*. (Viz 2006, s. 164)

neustále online a neoddělovat jednotlivé činnosti (především být neustále připojení i v čase na jídlo a spánek). Nejen, že budou vystaveni vyšší míře stresu, ale v dospělosti to může přerůst ve velmi vážný problém. Absence této psychické hygieny je může dovést až k závislosti na internetu a také je v podstatě zbytečně znevýhodní v pracovní oblasti.

Časový rámec

„Při komunikování prostřednictvím nových technologií vidíme psychologický tlak na okamžitost⁷. [...] Někde je očekávána bezprostřední reakce ihned – vzniká nový úzus. Dochází k produkci řady nepromyšlených, neodkládaných zpráv (*instant messages*).“ (Vybíral, 2005, s. 277-278)

Z hlediska časového kontextu v prostředí virtuální komunikace zde koexistují dvě protichůdné tendence, které lze nazvat jako *okamžitost komunikování* a *výhoda času na rozmyšlenou*. (Srov. Šmahel, 2003, s. 105-106; Vybíral, 2005, s. 277-278)

Někteří dospívající uvádějí, že v prostředí internetu komunikují rychleji. Jejich reakce jsou bezprostřednější a pociťují větší časový pres, než je tomu v reálné komunikaci. (Srov. Šmahel, 2003, s. 106). O spěchu vypovídá nesprávný slovosled a překlapy. (Srov. Vybíral, 2005, s. 278)

Komunikující se ale zároveň nechtějí vzdát výhody rozmyšlení a odložení odpovědi (angl. *delayed response*). (srov. Vybíral, 2005, s. 278) S množstvím času na promyšlení odpovědi souvisí také pocit některých jedinců, že ve virtuálním prostředí mají lepší vyjadřovací schopnosti. (Viz Šmahel, 2003, s. 106) Podle Šmahela se ve virtuální komunikaci toleruje v průměru delší latence pro odpověď než v reálném prostředí⁸. (Srov. tamtéž, s. 107) Odmlčení (zejména při synchronní online komunikaci) však snadno vyvolává napětí. (Srov. Vybíral, 2005, s. 278)

V internetové komunikaci tyto dvě tendence existují vedle sebe nejspíše proto, že obě vyhovují komunikačním potřebám člověka. (Srov. Vybíral, 2005, s. 278) Z hlediska aspektu času je nutno konstatovat, že jeho vnímání je vysoce individuální a liší se také podle použitých komunikačních prostředků, například asynchronní komunikaci po e-mailu se očekává delší latence při odpovídání. (Srov. Šmahel, 2003, s. 107)

V příloze č. 3, která obsahuje odpovědi na anketní otázky k empirické části této diplomové práce, lze dobře vidět, jak se s rychlostí komunikace psaný projev deformuje.

⁷ To je markantní především při komunikaci pomocí mobilních telefonů (srov. Vybíral, 2005, s. 277).

⁸ Internetoví uživatelé běžně počítají s tím, že jejich komunikační partner může ve stejný okamžik vést více online rozhovorů (srov. Šmahel, 2003, s. 107).

Přestože dotazovaní měli na odpověď několi dní, rychle ji sepsali, a to uspěchaným stylem, kterým jsou zvyklí běžně komunikovat mezi sebou. Zde pro ně ani nabízený delší časový rámec nehrál žádnou roli.

Prostorový rámec a absence neverbální komunikace

Prostorové uspořádání ve virtuální komunikaci se liší od reálného absencí fyzického sdílení prostoru. Následkem toho není možné vést komunikaci neverbálně⁹. Dokonce zde ani není vždy stoprocentní jistota, že na druhé straně je skutečný člověk, a ne *inteligentní* stroj. Komunikace má potom méně osobní ráz, což je většinou vnímáno jako negativum. Internetoví uživatelé (a zvláště ti dospívající) si ale zároveň uvědomují výhody této větší odosobněnosti a anonymity. (Srov. Šmahel, 2003, s. 109-110)

V reálném prostředí lze komunikovat již pouhou přítomností, zatímco ve virtuální komunikaci je vyžadována aktivní zpětná vazba, není umožněn dlouhý monolog jedné strany. (Srov. Šmahel, 2003, s. 110)¹⁰ Ve virtuálním prostředí lze jednoduše nereagovat, nebo dokonce zapnout technický prostředek – „filtr“, který obtěžující věty na obrazovce ani nezobrazí. Nereagovat je zde mnohem snadnější než v realitě. (Viz Šmahel, 2003, s. 111)

Bez neverbální roviny komunikace je příjemce ochuzen také o intonaci, výšku a sílu hlasu. Někteří jedinci však tento aspekt vnímají jako pozitivní, např. pokud se stydí za svůj hlas nebo se bojí projevit (zde je nikdo nepřekřičí). (Srov. Šmahel, 2003, s. 111-112) Pro *překřičení* tu však mohou posloužit např. nadávky, za křik je také většinou považován text psaný velkými písmeny (a/nebo s množstvím vykřičníků).

Proměnu prostorového rámce komunikace ve virtuálním prostoru popisuje Reidová na příkladu chatu jako dekonstrukci sociálních hranic. Podle ní „byly dekonstruovány nejenom hranice fyzikální místnosti či společného prostranství, ale také hranice, které zahrnovaly všechny dostupné komponenty komunikace [...]. Hranice [...] se uzavřely příliš natěsno kolem slov – a dohodnutých značek.“¹¹ (1991, online)

Organizace prostoru ve virtuální komunikaci je různorodá a každá z komunikujících stran disponuje jiným uspořádáním (hlavně také z důvodu multiplicitní komunikace). (Srov. Šmahel, 2003, s. 112)

⁹ Pokud nejde o komunikaci pomocí webové kamery.

¹⁰ Pokud se však nejedná o blog. Tam ale není jistota, že vlastně vůbec někdo *naslouchá*.

¹¹ Reidová, 1991, online, překlad Vybíral (2001, s. 18-19)

Modalita významu

Modalita významu vyjadřuje míru porozumění sdělované zprávy komunikujícími stranami. Ve virtuální komunikaci dochází k množství nedorozumění způsobených především absencí neverbálních projevů. Šmahel se domnívá, že internetoví uživatelé (dospívající) považují tento jev za přirozenou součást on-line komunikace. Emoce se zde pokoušejí suplovat používáním emotikon. (Srov. Šmahel, 2003, s. 112-113)

Emotikony neboli smajlíky se staly velkým fenoménem dneška. Na jedné straně to jsou symboly, kterým rozumí každý. Na straně druhé, podle mého názoru, spočívá právě v tom jejich omezení. Nikdy si totiž nemůžeme být jisti tím, jak naše sdělení bude pochopeno. Emotikony mohou pomoci, ale nejsou všespásné. Staly se jakousi automatickou součástí všech neformálních psaných sdělení. Dochází k jejich nadužívání, a to především u mladé generace. Příklad jejich použití jsem vyznačila v příloze č. 2 (ukázka Hlavní stránky Facebooku).

Přítomnost emocí

„Emoční rámec je v prostředí internetu silně ovlivňován tím, jakým způsobem konkrétní dospívající prostředí internetu vnímá a prožívá.“ (Šmahel, 2003, s. 114)

Názory dospívajících na vhodnost využití internetu k vyjadřování emocí a komunikaci o osobních tématech se dají rozdělit do dvou hlavních skupin. Někteří mají pocit, že jim psaná virtuální komunikace vyjadřování emocí usnadňuje, že jsou otevřenější nebo dokonce i více zranitelní. Šmahel se domnívá, že tito mladí lidé jsou v komunikaci v tváři v tvář nesmělí, bázliví či úzkostní, proto je pro ně snazší projevit svoje city v bezpečném internetovém prostředí. Druhá skupina dospívajících naopak vyjadřuje emoce ve virtuálním prostředí mnohem méně než v reálném. Někteří považují internet pro vyjadřování pocitů dokonce za nevhodné prostředí. (Viz Šmahel, 2003, s. 114-115)

Dospívání

Ráda bych zde stručně vymezila pojem dospívání (potažmo dospívající), který se bude objevovat v celé diplomové práci. Existuje více ohraničení tohoto vývojového období, proto je nutné ho specifikovat.

U dospívajících jedinců existuje vysoká intra i interindividuální variability mezi zráním somatickým, psychickým a sociálním. Obecně lze dolní hranici pro toto vývojové období vymezit na 11 až 12 let a horní hranici na 20 až 22 let. Dospívání je dále členěno na období pubescence a adolescence, která zde budou krátce popsána. (Srov. Langmeier,

Krejčířová, 2006, s. 143; Říčan, 2006, s. 170) Ačkoli tělesné změny¹² hrají v dospívání velmi významnou roli, popisovány budou především vybrané charakteristiky sociálního a psychologického vývoje související s aktivitou dospívajících na internetu.

Období pubescence

Období pubescence lze zařadit zhruba do věku od 11 do 15 let. Podrobněji jej lze rozčlenit na dvě subetapy. První pubertální fáze (fáze prepuberty) trvá u dívek zhruba od 11 do 13 let, u chlapců je to asi o 1 až 2 roky později. Následná druhá pubertální fáze (fáze vlastní puberty) je ukončena dosažením reprodukční schopnosti, trvá zpravidla od 13 do 15 let. (Srov. Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 143) Hormonální změny v pubescenci s sebou přinášejí časté výkyvy nálad, převládají záporné emoce, objevuje se pocit nejistoty. (Srov. Říčan, 2006, s. 176-177). Dospívající sami nerozumí tomu, co se s nimi děje, a proto vysvětlení hledají především v tom, jak se k nim chová jejich okolí. Pubescent se potýká především s tím, jak přijmout sám sebe. (Srov. Říčan, 2006, s. 176-177) Jedinci jsou v tomto údobí nadměrně vztahovační, myslí si, že je okolí neustále pozoruje a hodnotí. (Srov. tamtéž, s. 179). V prožívání pubescenta se objevuje množství nových myšlenek, pocitů a impulzů, které ho povzbuzují ke zkoumání vlastního nitra. Pubescence představuje další krok v osamostatňování se od rodičů, objevuje se kritičnost (až vzpoura) ke všem autoritám (tzv. pubescentní negativismus). Jednou z hlavních hybných sil pubescentního vývoje je vztah k vrstevníkům. (Srov. Říčan, 2006, s. 180-181)

Období adolescence

Období adolescence trvá zhruba od 15 do 22 let. V tomto životním úseku se rychle mění postavení jedince ve společnosti a zásadně se mění i sebepojetí. (Srov. Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 143) Pro adolescenty jsou důležité dlouhé hovory s vrstevníky. (Srov. Říčan, 2006, s. 200) V období střední adolescence (15-16ti letech) kulminuje vliv vrstevnické skupiny. V dalších letech potom se vliv party postupně zmenšuje. (Viz Vágnerová, 2005, s. 378) Toto období je také vrcholem osobního hledání identity. (Srov. tamtéž s. 216) Hledání a budování identity je spojeno se sebepoznáním. Pro sebepoznání je nezbytné jednání, čímž bývá často experimentování. (Srov. tamtéž s. 221)

¹² V biologickém smyslu lze dospívání vymezit jako „životní úsek ohraničený na jedné straně prvními známkami pohlavního zrání (zejména objevením se prvních sekundárních pohlavních znaků) a více nebo méně vyznačenou akcelerací růstu, na druhé straně dovršením plné pohlavní zralosti (plné reprodukční schopnosti) a dokončením tělesného růstu“ (Langmeier, Krejčířová, 2006, s. 142)

2.3 Síťová generace – specifika a potřeby dnešních dospívajících

Vztah dnešních dospívajících k internetu a dalším novým médiím lze přiblížit pomocí konceptu Marca Prenskyho. Tento odborník se zabývá novými způsoby vzdělávání dětí a dospívajících (s využitím počítačových her). Z jeho poznatků lze vyvodit širší závěry týkající se způsobů myšlení dnešních dospívajících a jejich vztahu k virtuální komunikaci a internetu obecně. Prensky (srov. 2001, [www dokument](#), s. 1-2) hovoří o tom, že dnešní mladí lidé se nezměnili pouze v rámci proměn, které provází každou novou generaci. Jejich nová podstatná odlišnost spočívá v příchodu a rychlém rozšíření digitálních technologií v posledních desetiletích dvacátého století. Počítačové hry, e-mail, internet, mobilní telefony a rychlá výměna zpráv jsou nedílnou součástí jejich života, a to už se nezmění. Uživatele nových médií rozděluje na dvě skupiny: digitální domorodce (angl. digital natives) a digitální imigranty (angl. digital immigrants).

Digitální domorodci, tedy rodilí uživatelé digitálních médií, bývají označováni také jako síťová nebo digitální generace¹³. Dnes jsou všechny děti a dospívající *rodilými mluvčími* digitálního jazyka počítačů, videoher a internetu. (Srov. s. 1, tamtéž)

Naproti tomu digitální imigranti jsou lidé, kteří se sice nenarodili do digitálního světa, ale o nové technologie se zajímají a používají je. Stejně jako každý jiný přistěhovalec má i digitální imigrant svůj *přízvuk* (angl. accent). Tento *přízvuk* se projevuje mnoha různými způsoby, ale digitální domorodci ho identifikují poměrně snadno. Imigrant např. nepoužije internet jako prvotní zdroj informací (využije ho až když informaci nenajde nikde jinde), tiskne si e-maily atp. Dnešní starší lidé byly socializováni jinak než jejich děti a nyní se nacházejí v procesu učení se novému jazyku. A jazyk naučený později během života, jak říkají vědci, směřuje do odlišné části mozku. (S. 1-2, tamtéž)

Způsoby myšlení a zpracování informací dnešních dětí a dospívajících se zásadně změnily. Příčinou je všudypřítomnost digitálních médií a velký objem interakce s nimi už od jejich raného mládí. Je velmi pravděpodobné, že došlo k fyzické změně jejich mozku. Ale ať to tak opravdu je nebo není, můžeme s jistotou říci, že se změnila jejich vzorce myšlení. (S. 1, tamtéž) Tito digitální domorodci jsou zvyklí přijímat informace velice rychle. Preferují zpracování více úloh souběžně a grafiku před textem. Mají rádi přímý přístup (jako je hypertext¹⁴). Nejlépe fungují, když jsou připojeni na síť. Prospívá jim okamžité uspokojení a časté odměny. Dávají přednost hrám před *vážnou* prací. (S. 2, tamtéž)

¹³ angl. N-gen = Net generation; D-gen = Digital generation (viz tamtéž)

¹⁴ hypertextový odkaz neboli link je

Podle mého názoru je toto rozdělení užitečné, a to pro obě skupiny. Zároveň ho ale nelze brát striktně. Každý dnešní dospívající nemusí být automaticky digitálním domorodcem. Jedná se především o děti a dospívající z nižších sociálních vrstev, které mají přístup k internetu a dalším novým médiím omezen. Některé děti zase nemohou tyto technologie používat, protože jejich rodiče je ze zásady neschvalují. Nelze také automaticky předpokládat, že všechny dospívající nová digitální média baví a také že jim zacházení s nimi jde snadno. Tyto děti a dospívající se ocitají v nevýhodném postavení digitálních imigrantů, kteří jsou obklopeni digitálními domorodci–vrstevníky. Také variabilita mezi těmito dvěma skupinami může být velká. Např. sama sebe považuji za digitálního domorodce i imigranta, přičemž většina mých vrstevníků nebo i starších lidí z mého okolí jsou nefalšovaní digitální domorodci. Důvodem je, že jsem přístup k počítači měla až v pozdějším věku. Moje uživatelské znalosti práce s počítačem, internetem a mobilním telefonem jsou na dobré úrovni, ale jak píše Prenskey (srov. 2001, *www dokument*, s. 2) jsem ten typ člověka, který si radši přečte manuál k novému počítačovému programu, než by se pokusil sám přijít na to, jak funguje. Z tohoto důvodu mi ani nevyhovuje filozofie správců Facebooku, kteří se snaží neustále zásobovat uživatele této komunitní sítě změnami a inovacemi. Dovolují si předpokládat, že digitální domorodec by oproti mě tyto uživatelské změny vnímal jako něco samozřejmého.

V pojednání *Digitální domorodci, digitální imigranti část druhá – Myslí opravdu odlišně?* Prenskey vysvětluje na příkladech z neurobiologie a sociální psychologie, jak digitální média zapůsobila na myšlení dnešních dětí a dospívajících. Poukazuje na to, že dříve rozšířený předpoklad o tom, že se lidský mozek v závislosti na podnětech z okolí nemění, není správný. Starý názor, že máme daný počet mozkových buněk, které poté odumírají jedna po druhé, byl nahrazen výzkumem prokazujícím, že naše zásoba mozkových buněk je během života neustále doplňována. Tento fenomén *přetváření* mozku je znám jako neuroplasticita. (Viz Prenskey, 2001 - part II, *www dokument*, s. 1-2)

Důkazy o tom, že se lidské myšlenkové vzorce mění v závislosti na zkušenostech jedince, přináší i sociální psychologie. Výzkumy ukázaly, že lidé, kteří vyrůstají v cizí kultuře, nepřemýšlejí o jiných věcech, ale *přemýšlí jinak*. Tento jev je označován jako tvárnost (angl. malleability). Je tedy dokázáno, že mozek podstupující odlišné vývojové zkušenosti se i odlišně vyvíjí. A i když zatím nebylo přímo vysledováno, zda jsou mozky digitálních domorodců fyzicky odlišné, existují pro to velmi přesvědčivá vodítka. (Viz Prenskey, 2001 - part II, *www dokument*, s. 2-3) Prenskey se dokonce domnívá, že u těchto lidí se mozek změnil natolik, že došlo k rozvinutí a zvětšení některých jeho částí a naopak

ke zmenšení jiných. Nemusí to nutně znamenat, že u digitálních domorodců vznikly nové kognitivní dovednosti, ale nová je jejich kombinace a intenzita. (S. 4, tamtéž)

Stejný názor lze nalézt i ve zprávě o výsledcích marketingového výzkumu zabývajícího se vztahem dospívajících k moderním technologiím. Rudman zde v nadsázce tvrdí, že osvojování si nových technologií je přímo součástí DNA dospívajících. Příčinu vidí stejně jako Prensky v tom, že dospívající vyrostli ve světě, kde komunikaci a sociální interakci řídí technologie. Oni vlastně neznají žádný jiný přístup. (Srov. Dolliver, 2009, online) Podle této zprávy jsou moderní technologie integrovány do každodenního života dospívajících, což obvykle neplatí pro lidi starší (a to i v případě, že tito lidé nové technologie hojně používají). (Srov. Dolliver, 2009, online)

2.4 DOSPÍVAJÍCÍ A SOCIÁLNÍ INTERNETOVÁ MÉDIA

Sociální sítě jsou hlavními zástupci sociálních médií, mezi které patří i webové stránky nebo e-shopy (elektronické obchody) využívající sociální prvky. (Srov. Janouch, 2010, s. 211) Sociální sítě patří mezi poměrně nové webové aplikace. Vznikly v prvním desetiletí 21. století. Dříve využívané diskusní servery, blogy, úložiště fotografií apod. přestaly uživatelům internetu stačit. Nechtěli totiž už jenom publikovat různé informace, ale také si přáli být ve společnosti ostatních. Postupně tak začaly vznikat sociální sítě, které se neodvíjely ani už tak od svého obsahu, ale hlavně od vztahů mezi jejich uživateli. Bednář považuje za hlavní rozdíl sociálních sítí oproti všem předchozím komunikačním systémům to, že identita na sociálních sítích je totožná se skutečnou identitou uživatelů. (Viz 2011, s. 9-10)

Sám Facebook si zakládá na tom, že je komunitou, jejíž uživatelé vystupují pod svými skutečnými jmény a identitou (včetně uvádění svého skutečného věku při registraci). Je to přímo i jedna z podmínek pro užívání této sociální sítě. Na stránkách o bezpečnosti proto vyzývá svoje dospívající uživatele k oznamování falešných profilů, pokud se s nějakým takovým setkají. (Srov. Facebook – Centrum rodinné bezpečnosti, 2011, online, Oddíl: Pro teenagery)

S tím však nemohu plně souhlasit. Je možné se na sociální síť zaregistrovat pod smyšleným jménem či pod jménem někoho jiného nebo přezdívkou složenou ze dvou slov. Jedinou překážkou zde je, že jméno již někdo užívá (to lze vyřešit jeho malým pozměněním). Uživatele nelze identifikovat ani podle fotografie, protože si na svůj profil opět může umístit jakýkoli obrázek, příp. tam nemusí mít fotografii žádnou. Je však pravdou, že ve většině případů je skutečně identita uživatele na sociální síti shodná s jeho identitou reálnou (např. uvede své jméno nebo přezdívkou, pod kterou ho zná širší okolí, a další podrobnosti o sobě). Sociální sítě právě podporují vystupování pod svou skutečnou identitou, nelze to ale považovat na univerzální pravidlo.

To ilustrují i zajímavé výsledky výzkumu provedeném u evropských dětí a dospívajících. Registrace na Facebooku je legálně možná od 13 let. Skoro 30% českých respondentů do 12 let však přiznalo, že o svém věku lhali. Zajímavé je, že nesprávný věk uvedlo i 6% dospívajících ve věku od 13 do 16 let. (Viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, www dokument, s. 5) Podle mě si starší uživatelé také roky spíše přidali.

2.4.1 Stručná historie sociálních sítí

První internetové komunity u nás fungovaly už před více než deseti lety, ale žádná z nich nebyla sociální sítí v dnešním slova smyslu. Například to byl oblíbený XChat, který byl využíván, jak již název sám napovídá, pro chatování. Do dnešní doby zůstal velmi populární portál Lidé.cz, který ale představuje spíše pasivní registr kontaktů. (Srov. Čížek, 2010, s. 12)

První webové stránky na bázi sociálních sítí se začaly objevovat v USA na začátku 21. století. Mezi první nejúspěšnější patřila síť Friendster, která dosáhla až na 90 milionů uživatelů. Brzy ji však nahradila služba MySpace, kterou lze označit jako první skutečnou globální sociální síť na světě. Jejím základem je profil neboli osobní stránka, kde může uživatel mít svůj blog, vystavovat fotografie, videa a hudební nahrávky. Tato síť je oblíbená především mezi hudebníky. (Srov. Čížek, 2010, s. 12-13)

Přelom nastal až v roce 2008, kdy začala v počtu uživatelů výrazně převládat síť Facebook. Tento webový portál vytvořil student Mark Zuckerberg jako jednoduchou síť spolužáků harvardské univerzity. Ve svém počátku se tedy Facebook podobal českému portálu Spolužáci. (Srov. Čížek, 2010, s. 13) Důvodem pro jeho založení v roce 2004 byla snaha o to, aby se studenti mohli mezi sebou lépe seznámit (stejný účel mají papírové letáky facebooky, rozdávané studentům prvních ročníků amerických univerzit. Odtud také název Facebook). (Viz Janouch, 2010, s. 241) Zpočátku bylo nutné pro přihlašování na tuto síť vlastnit e-mailovou adresu univerzity (kromě harvardské byly postupně přidávány i další elitní vysoké školy). (Srov. Čánek, Kulhánková, 2010, s. 9) Od srpna 2006 se však může připojit kdokoliv starší 13 let. (Viz Janouch, 2010, s. 241) Čánek a Kulhánková (viz 2010, s. 9) vidí za obrovským úspěchem Facebooku novou funkci, tzv. kanál vybraných příspěvků (angl. News Feed). O této funkci jsem se již zmiňovala, jde o tzv. Hlavní stránku Facebooku. Zjednodušeně ji lze přiblížit jako nástěnku shromažďující aktuální informace o aktivitách všech *přátel*.

2.4.2 Dělení sociálních médií

Pro lepší přehled všech sociálních médií, které dospívající využívají, jsem použila dělení Janoucha. Do oblasti sociálních médií patří:

- ✎ Sociální sítě (např. Facebook, MySpace).
- ✎ Blogy, videoblogy, mikroblogy (např. Twitter).
- ✎ Sdílená multimédia (např. YouTube, Flickr¹⁵).
- ✎ Virtuální světy (např. Second Life, The Sims).
- ✎ Diskuzní fóra; Q&A portály (např. Yahoo! Answers)¹⁶.
- ✎ Wikis (např. Wikipedia) neboli internetové encyklopedie vytvářené jeho uživateli.
- ✎ Sociální záložkovací systémy (např. Digg nebo český Linkuj)¹⁷. (Srov. 2010, s. 216)

Za sociální komunitní web/síť lze však označit i Twitter, a to za síť stavovou (mikroblogovou), protože se dění na něm odvíjí od publikování krátkých zpráv o aktuálním dění. Facebook a např. i MySpace jsou naproti tomu označovány za sítě profilové, které stojí především na detailně vyplněných profilech svých uživatelů. (Viz Čížek, 2010, s. 13) Toto zjednodušené rozdělení považuji za užitečné. Pro větší přehlednost většinu z těchto služeb označuji za sociální sítě, i když nemusí splňovat všechny jejich znaky.

Sociální sítě lze dělit také na: osobní (Facebook), profesní (LinkedIn) nebo zájmové. (Více viz Janouch, 2010, s. 223-224)

Pokud bych měla označit, které z těchto sociálních médií kromě sociálních sítí, blogů a sdílených médií dospívající využívají nejvíce, byly by to určitě také wikis (encyklopedie). Pro děti a dospívající je to často hlavní zdroj informací např. při vypracovávání úkolů do školy. Wikis jsou dobrým nástrojem pro prvotní orientaci v tématu, ale problém představují časté nepřesnosti, které se zde vyskytují. Potom už záleží na počítačové gramotnosti konkrétního školáka.

Počítačové hry jsou i součástí sociálních sítí (např. FarmVille), ale existují i samostatné virtuální světy. Jeden z nejoblíbenějších je Second life, což příznačně znamená Druhý život. Kaliba (viz 2011, s. 31) popisuje, že tento umělý svět má více než 17 milionů

¹⁵ Flickr je síť určená pro sdílení fotografií. Na stejném principu funguje český portál Rajče.net. (viz Janouch, 2010, s. 256)

¹⁶ Jedná se o portály, kde kdokoli může zadat dotaz na to, co ho zajímá a posléze je zveřejněna odpověď (Q&A = Questions – angl. otázky & Answers – angl. odpovědi). Tato služba je poskytována zdarma, u specializovanějších dotazů bývá zpoplatněna. (srov. Janouch, 2010, s. 232)

¹⁷ Je to způsob, kterým lze sdílet a organizovat obsah z různých zdrojů, přičemž se pracuje pouze s jejich odkazy. Tyto odkazy na zdroje lze upravovat – přidat nadpis, popis a klíčová slova neboli značky. Na podobném principu fungují tzv. *Oblíbené záložky/položky* v internetových prohlížečích. (srov. Janouch, 2010, s. 235)

obyvatel. Najdeme v něm celá města i firmy s reálným finančním obratem, je zde i virtuální kriminalita a další sociálně patologické jevy. Je to aplikace, která svým uživatelům umožňuje žít v elektronickém světě a prožívat zde v podstatě vše, na co si vzpomenou. Každý zde vystupuje prostřednictvím nové identity (tzv. avataru). Avatar může komunikovat, seznamovat se, ale i navazovat intimní vztahy.

2.4.3 Definice a specifika komunitních sociálních sítí

Sociální síť je stejně jako každá jiná síť tvořena souborem navzájem propojených bodů. Bodem je jednotlivec a vazby tvoří jeho komunikace s ostatními jedinci zapojenými do dané sociální sítě. Stejně funguje i sociální síť na internetu, tedy síť komunitní nebo také komunitní web¹⁸. Tuto síť lze definovat jako komunikační službu, která umožňuje vytvořit osobní profil – bod, který lze propojit s dalšími body, tedy skupinou *přátel*. S těmito lidmi poté dochází k sociálním interakcím v prostředí internetu. (Srov. Čížek, 2010, s. 12) Ráda bych zde podotkla, že v rámci internetových sociálních sítí dochází také k sociálním interakcím mimo internetové prostředí, resp. mimo prostředí jakýchkoliv moderních technologií. Jednou z možností, jak komunitní sociální síť využít, je domluva schůzek se stávajícími přáteli. Dochází i k méně častým situacím, kdy si uživatel domluví schůzku s někým, s kým se na sociální síti seznámil.

Tyto sítě jsou tvořeny nejen jednotlivými profily, ale i jejich shluky – např. ve formě tzv. Skupin na Facebooku. V nich se spojují lidé se stejnými zájmy.

Hlavní znaky sociálních sítí na internetu dle Bednáře (srov. 2011, s. 10):

- ✎ Většinu obsahu vytvářejí sami uživatelé.
- ✎ Základ tvoří vztahy mezi jednotlivými uživateli a jejich vzájemné komentáře.
- ✎ Provozovatelé sociálních sítí vstupují do jejich provozu v omezené míře.
- ✎ Dle Janoucha se také sociální síť velice rychle mění, (jak se proměňuje a narůstá jejich obsah a přibývají stále nové funkce). (Viz 2010, s. 210)

První zmíněný bod se odvíjí od toho, že sociální sítě jsou aplikacemi tzv. Webu 2.0. Znamená to, že jejich veškerý obsah je tvořen samotnými uživateli. Neexistuje zde žádný schvalovací postup pro vkládání jednotlivých příspěvků. (Srov. Bednář, 2011, s. 12) Musím upozornit, že zde samozřejmě existuje i cenzura závadných obsahů. Je však spíše namátková.

S tím, že obsah sociálních sítí je tvořen pouze jejich uživateli, nemohu souhlasit. Je pravdou, že obsah sociálních sítí vytvářejí uživatelé tím, že např. vkládají text, obrázky či

¹⁸ Anglicky social network nebo častěji social networking site neboli SNS.

různé internetové odkazy. Činí tak ale na předem připravenou platformu, kterou mohou měnit jen minimálně. Co se týče např. Facebooku, zobrazuje se jeho uživatelům trvale sloupec reklamních sdělení. Tyto reklamy jsou zacílené přímo na konkrétního uživatele podle informací, které na sebe prozradili ve svém profilu. Pokud chce uživatel reklamu vypnout, musí pro každý jednotlivý reklamní rámeček označit možnost Skrýt reklamu. Po této akci se mu okamžitě zobrazí „Reklama – skryto. Tato reklama se vám již nezobrazí. Proč se vám nelíbila tato reklama?“ Uživatel může označit jednu z nabízených možností: reklama je - nezajímavá, zavádějící, obsahuje sexuálně explicitní obsah, neslučuje se s mými názory, urážlivá, opakující se nebo může vypsát jiný důvod. Jeho vyjádření ale nic nezmění na tom, že se mu po chvíli zobrazí nová sada reklam.

Podle mého názoru je pro dospívající velmi důležitá vrstevnická skupina a sociální síť pro ně představuje dobrou možnost, jak se do ní zapojit a udržovat vzájemné kontakty. Bednář podotýká, že tvůrci a správci sociálních sítí neusilují jenom o co nejvyšší počet uživatelů, ale také podporují jejich vzájemné vazby. Důvodem je to, že informace se po těchto sítích šíří právě podél vztahů uživatelů. Děje se tak prostřednictvím tzv. virálního šíření. Tento pojem lze zjednodušeně popsat jako šíření informace od jednoho uživatele k druhému. (Srov. Bednář, 2011, s. 12, 17) Už jsem se zmiňovala o zavedení funkce Odběry příspěvků na Facebooku. Díky této novince lze sdílet informace nejen skrze *přátelství*, to už není pro odběr novinek o ostatních uživateli vyžadováno. Tím se komunity mohou dále rozrůstat.

Bednář uvádí také tři možné cesty, kterými se virální šíření uskutečňuje: sdílením, hodnocením a komentováním. (Srov., 2011, s. 18) Takto šířená informace se může postupně změnit, např. tím, že je doplňována a různé komentáře nebo že je dávana do kontextu s jinými informacemi. (Srov. tamtéž, s. 21)

2.4.5 Komunikace na sociálních sítích

Za specifikum komunikace na sociálních sítích lze označit to, že si uživatel cíleně vybírá, komu chce svoje příspěvky sdílet. I když musí počítat s tím, že v případě sdílení na Zdi si tento příspěvek může prohlédnout kdokoliv zaregistrovaný na stejné síti (záleží na nastavení zabezpečení). Je zde také možno komunikaci velmi rychle ukončit nebo přímo odstranit někoho ze seznamu *přátel* (mezi uživateli se dokonce používá výraz *odpřátelit se*). (Srov. Janouch, 2010, s. 225) V tomto vidím zásadní rozdíly mezi reálnou komunikací a potažmo i přátelstvím. Za prvé často dochází ke sdělování informací velkému počtu lidí najednou, přičemž tento obsah je dostupný i pokud dospívající není zrovna připojen (tj. informace už *začne žít svým vlastním životem*). Za druhé stačí pouhé kliknutí k vymazání

něčích příspěvků či dokonce zrušení *přátelství* na sociální síti. Ačkoli je uživatel informován o každé maličkovosti, která se udála na jeho profilu či profilu ostatních, o tom, že ho někdo vymazal, mu žádná zpráva nepříjde. Dozví se to až v případě, kdy bude pátrat sám (tj. vyhledá si daného *přítele* a zjistí, že se již nenachází v jeho seznamu *přátel*).

Na druhou stranu informace se na těchto sítích šíří tak rychle, že zde existuje velká pravděpodobnost, že se to dotyčný dozví. Uživatelé mohou proto prožívat permanentní obavy z toho, že je někdo vymaže ze svého profilu či mohou zažívat pocity frustrace, pokud se tak již stalo, (zvláště v případě, když nepočítali s tím, že by se jim něco takového mohlo někdy stát).

Zajímavá zjištění poskytuje výzkum společnosti GTR Consulting provedený mezi dospívajícími v Americe. 21% dotazovaných uvedlo, že už se setkali nebo setkávají s tlakem svých vrstevníků, aby vlastnili a používali nejnovější technologie. Zároveň ale 76% z nich připustilo, že jim technologie pomáhají stýkat se a komunikovat s přáteli. (Srov. Dolliver, 2009, online) Z toho vyplývá, že sociální síť ještě zvyšují stres, který dnešní populace v souvislosti s požadavkem *být pořád online* zažívá. Zároveň ale dospívající nechtějí stát vně své vrstevnické skupiny. Berou proto většinou sociální síť jako přirozenost, aniž by si uvědomovali, že je to může svazovat.

2.4.6 Motivace pro využívání sociálních sítí

Nejčastější důvody využívání sociálních médií jsou:

- ↳ Potkávání lidí se stejnými zájmy.
- ↳ Zábava.
- ↳ Učení se něčemu novému.
- ↳ Ovlivňování ostatních. (Srov. Janouch, 2010, s. 217)

Vysoká škola ekonomická a komunikační agentura Outbreak uskutečnily v roce 2010 výzkum o demografii a chování českých uživatelů sociálních sítí. Šetření se zúčastnilo 640 silných uživatelů internetu (tj. těch, kteří jsou online přinejmenším několikrát týdně). Převážná většina těchto respondentů používala síť Facebook, objevily se ale např. i sítě Spolužáci a Twitter. Výzkum odhalil následující důvody pro používání sociálních sítí: udržování kontaktu se stávajícími přáteli (uvedlo 85% respondentů), plánování společných aktivit s přáteli (téměř 50%), organizování různých akcí (34%) a také získávání rad, návodů a doporučení (33%). (Srov. Karlíček, 2010, s. 31)

2.4.7 Uživatelé sociální médií

Janouch uvádí, že se jedná o lidi, kteří na internetu tráví v průměru více času než u televize nebo čtením knih a časopisů. Většina z těchto lidí je zvyklá se často dělit o své zážitky se svým okolím. (srov. 2010, s. 216) Průměrný uživatel Facebooku je připojen na 80 komunitních stránek, skupin a událostí. (viz Facebook – statistika, 2011, online)

Rozdělení uživatelů Facebooku dle aktivity (lze aplikovat i na další profilové sociální sítě). (Srov. Bednář, 2011, s. 15-17):

Aktivní uživatelé:

- ✦ **Tvůrci a poskytovatelé obsahu** – vytvářejí jádro obsahu sociální sítě. Představují však jen asi 10% pravidelně se připojujících uživatelů. Důležité je, že jejich příspěvky jsou pro ostatní významné, a díky tomu je šíří dál. Pro ostatní uživatele představují neformální autoritu.
- ✦ **Hodnotiči a distributoři** – také mohou vytvářet obsah, ale jejich hlavní aktivita spočívá v hodnocení, diskutování a sdílení příspěvků ostatních uživatelů. Dalo by se říci, že se touto činností realizují – tj. vnímají ji jako poskytování hodnoty ostatním.

Pasivní uživatelé:

- ✦ **Hodnotiči obsahu** – také hodnotí, ale většinou pouze skrz funkci *To se mi líbí* (platí pouze pro síť Facebook). Kvůli jejich pasivitě není lehké je identifikovat, ale předpokládá se, že tvoří velmi silnou základnu mezi uživateli.
- ✦ **Pozorující autority** – se vyznačují tím, že mají na svém profilu poměrně hodně *přátel*, ale jinak se projevují velmi málo. Přestože jich není mnoho, jsou označováni jako autority. Je to z toho důvodu, že když už si někdy vyberou nějaký příspěvek ke sdílení nebo hodnocení, u ostatních to vzbudí zájem (tj. jejich hlas má díky tomu u ostatních velkou váhu).
- ✦ **Pozorovatelé** – do dění na sociální síti se zapojují pouze minimálně. Často svou účast na sociální síti považují za nutnost. Jejich počet se těžko odhaduje.¹⁹
- ✦ Kadlecová (viz 2009, s. 30) ještě přidává ty uživatele, kteří Facebook nebo sociální síť na internetu odmítají. Mohou to být i ti z nich, kteří se nejdříve zaregistrovali, ale postupem času změnili názor.

¹⁹ Vysvětlím na příkladu – pokud má uživatel nastaven svůj profil na Facebooku jako veřejný, může si ho prohlížet v podstatě kdokoli, kdo je na Facebook také zaregistrovaný.

2.4.8 Nejvyužívanější sociální sítě u dospívající populace a jejich specifika

Výsledky výzkumu EU Kids Online ukázaly, že sociální sítě na internetu jsou mezi evropskými dětmi a dospívajícími velmi oblíbené. Profil na některé z nich má 59% 9-16letých (viz tabulka č. 1) – z toho 26% ve věku mezi 9-10 lety, 49% ve věku mezi 11-12 lety, 73% 13-14letých a dokonce 82% 15-16letých. (Viz EU Kids Online šetření, [www dokument](#), 2011, s. 1) Co se týče České republiky, vlastní takový profil více jak padesát procent 9-12letých a celých 90% 13-16letých. (Viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, [www dokument](#), s. 1) U evropských uživatelů sociálních sítí ve věku 9-16 let je nejvyužívanější Facebook (používá ho 57%). U nás je to 91% ze všech dospívajících, kteří jsou zaregistrováni na některé sociální síti. Díky takto vysokému číslu je Česká republika na pátém místě ve využívání Facebooku touto věkovou skupinou. (Viz tamtéž, s. 3)

Jak je vidět v tabulce č. 1, ze všech českých dětí a dospívajících ve věku 9-16 let používajících internet je na Facebooku zaregistrováno 66%, z toho 9-12 let: 46%, 13-16 let: 84%. Ostatní sítě využívá 7% dotázaných a žádnou sociální síť 28%.

	SNS	% 9-12 years	% 13-16 years	% 9-16 years
CZ	Facebook	46	84	66
	Other SNS	6	7	7
	Not on SNS	48	10	28
All	Facebook	20	46	34
	Other SNS	18	32	25
	Not on SNS	62	23	41

Tabulka 1 – Přehled podílu mladých internetových uživatelů Facebooku a ostatních sociálních sítí v České republice a v Evropě.

Zdroj: LIVINGSTONE, S.; ÓLAFSSON, K.; STAKSRUD, E. EU Kids Online : Social Networking, Age and Privacy [www dokument]. EC Safer Internet Programme, 2011, 13 s. ISSN 2045-256X. Dostupné z WWW: <[www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/ShortSNS.pdf](#)>, s. 13, výběr z původní tabulky.

Podle výzkumu Karlíčka mezi silnými uživateli internetu z roku 2010 denně navštěvuje síť Facebook 69% Čechů a dokonce až 93% Moravanů. Tito každodenní uživatelé jsou převážně lidé bydlící v menších městech a na vesnicích a co se týče pohlaví, převažují ženy. (Srov. 2010, s. 31)

Oblíbenost sociálních sítí v České republice ilustruje také výzkum společnosti Intel, ve kterém se čeští uživatelé umístili jako první v intenzitě přístupu na sociální sítě na internetu

z mobilních zařízení²⁰. Sledováno bylo celkem jedenáct evropských zemí. Výsledky ukázaly, že čtyři z pěti dotazovaných uživatelů sociálních sítí se na ně připojují minimálně jednou denně. Z tohoto počtu 35% svůj profil kontroluje třikrát nebo čtyřikrát denně a dokonce 5% častěji než jednou za hodinu. Pouze jednou denně se připojuje 41% z nich. (Viz Češi na sociálních sítích, 2011, online)

V americkém výzkumu společnosti GTR Consulting z roku 2009 dospívající uvedli, že v rámci svých online aktivit ve volném čase jich sociální sítě používá 66%. Tato odpověď u dospívajících převážila nad počtem těch, kteří pouze sledují uživatelská videa (59%), odesílají a přijímají okamžité zprávy (51%), hrají online hry (50%), sledují televizi nebo filmové klipy (36%), sledují novinky a současné události (36%) a blogují (12%). Sociální sítě se staly pro komunikaci dospívajících důležitější než telefon, e-mailová komunikace nebo instant messaging. Bylo zjištěno, že dospívající používají sociální sítě především z toho důvodu, aby se mohli stýkat s ostatními. Mnohem méně už jsou pro ně důležité různé aplikace a hraní her. (Srov. Dolliver, 2009, online)

České a světové sociální sítě oblíbené u českých dospívajících jsou kromě Facebooku především: Líbím se ti, YouTube, Spolužáci, Twitter, Meebo, Badoo, Netlog, MySpace, a nová síť Google+. O některých z nich se teď zmíním podrobněji.

Lidé.cz lze označit za diskuzní server. Tato ryze česká sociální síť si udržuje svoje postavení po více než 10 let. Eviduje zhruba dva miliony aktivních uživatelů, (viz Čížek, 2010, s. 13) přičemž podle zprávy společnosti NetMonitor (srov. SPIR, 2011, www dokument, s. 1) jenom v říjnu 2011 profily na této síti navštívilo 841 880 osob, z čehož 51 a půl tisíce uživatelů spadalo do věkové skupiny 10-14 let a přes 230 a půl tisíce do skupiny 15-24 let. (viz. Tamtéž, s. 3) Další oblíbenou českou sociální sítí je server Spolužáci.cz, kde se jednotliví uživatelé shlukují do skupin tvořených ze studentů tříd základních a dalších škol. Neexistují zde klasické profily, uživatelé vystupují jako *spolužáci* v jednotlivých skupinách-třídách nebo případně jako správci těchto skupin. Tato síť slouží buď jako komunikační prostředek pro aktuální studenty nebo ho používají bývalí spolužáci např. pro domlouvání třídních srazů.

Dle statistik je velice silným hráčem na poli oblíbenosti u mládeže i server YouTube. Janouch uvádí, že se jedná o nejrozsáhlejší síť pro sdílení videí. Zároveň je to po Googlu druhý největší světový vyhledávač. Uvádí se, že uživatelé zde denně shlédnou přes miliardu videí. (Viz 2010, s. 253) V České republice zahrnovala síť YouTube v listopadu 2011 skoro

²⁰ Sledovány byly pouze přístupy z přenosných počítačů (včetně chytrých telefonů), z České republiky se zúčastnilo 1000 respondentů.

70 tisíc uživatelů, a z toho téměř 25% do 19 let. (Srov. Zoom Sphere, 2011b, online) Ráda bych dodala, že YouTube je silně svázáno právě s Facebookem. Uživatelé často umísťují odkazy na videoklipy z YouTube na svoji facebookovou Zed'.

Twitter je nejoblíbenější mikroblog na světě. Oproti blogům jsou mikroblogy určeny přímo pro konkrétní okruh uživatelů. Jedná se většinou o přátele, kolegy z práce atp., kteří si sdělují různé postřehy prostřednictvím krátkých příspěvků. Patří sem např. Twitter nebo český mikroblog Teidu. Příspěvky lze posílat i prostřednictvím SMS zpráv z mobilního telefonu. (Srov. Janouch, 2010, s. 229-230)

Počet aktivních uživatelů–pisatelů Twitteru dosáhl v září 2011 hranice sta milionů (zhruba 5 let od svého založení). Více než polovina těchto uživatelů se každý den přihlásí na Twitter, aby s ostatními sdíleli svoje myšlenky a zbývajcí uživatelé se zase přihlašují, aby zjistili novinky o dění ve světě. (Viz Twitter Blog, 2011, online) Jako příklad jeho růstu bych ráda uvedla zvýšení počtu českých twitterových účtů z asi 40 tisíc v červenci 2011 (srov. Dočekal, 2011a, online) na zhruba 48 a půl tisíce v listopadu 2011. (srov. Zoom Sphere, 2011a, online) Twitter není u dospívajících tolik oblíben. Odborník na marketingový výzkum u dospívajících Gary Rudman se dokonce domnívá, že mladí lidé Twitter odmítají. Považují ho za nástroj pro dospělé. (Srov. Dolliver, 2009, online) Nejsilnější věkovou kategorií na této sociální síti jsou celosvětově mladí lidé od 26 do 34 let, druhou nejsilnější skupinu tvoří 35 až 44letí. Důvod lze hledat např. v tom, že ho lze sice využít k nezávaznému popovídání a ke sdělování osobních banalit stejně jako Facebook. Celkově je ale k tomuto účelu hůře vybaven. (Srov. Jedelská, 2011, s. 30-31) Podle mě se ale jeho pozice u dospívajících nedá zanedbávat, počet jeho příznivců rychle narůstá. Navíc jde o trendovou záležitost, což je pro dospívající atraktivní.

Tato služba není založena na rozsáhlém profilu jako třeba Facebook, ale jde v podstatě o jednoduchou nástěnku s textovými zprávami uživatele a přehledem zpráv jeho tzv. *odběratelů/následovníků*²¹ (anlg. followers). Podstatné je, že tyto zprávy (nazývané anglicky tweets) mohou mít maximálně 140 znaků. Možnosti pro komentování a diskuze jsou zde značně omezené, každý uživatel si buduje svoji skupinu *odběratelů*, kteří čtou jeho příspěvky. I zde se ale vytvářejí komunity (např. v případě, když má více uživatelů stejné *odběratele*). (Srov. Čížek, 2010, s. 13) Twitter byl původně vytvořen pro zábavu – lidé měli stručně sdělovat, co právě dělají. U nás se teprve začíná rozvíjet. (Srov. Janouch, 2010, s. 257) Podle mě není Twitter v České republice moc rozšířený i proto, že je celý pouze v angličtině (i když příspěvky lze publikovat česky).

²¹ Obdoba *přátel* na Facebooku.

V červnu 2011 zahájila svou činnost nová sociální síť Google+. Už o měsíc později dosáhla 18 milionu uživatelů, přičemž v České republice se počet odhadoval na 43 tisíc. (Viz Dočekal, 2011a, online) Největší novinkou této sítě jsou tzv. sociální kruhy (angl. Circles), které mají mnohem propracovanější koncepci než třeba Skupiny u Facebooku. Při komunikaci uživatel určuje, pro který Kruh je toto sdělení určeno (a také jenom lidem v tomto kruhu se příspěvek zobrazí). Filtrace přes Kruhy platí i v opačném směru – tj. uživatel si může příspěvky zobrazovat dle jednotlivých kruhů a nevidí všechno najednou (jako je tomu na Zdi Facebooku). Není taky vyžadováno *obousměrné přátelství*, tj. pro čtení příspěvků jiného uživatele není potřeba potvrdit vazbu *přátelství*. To jsou sice nesporné výhody oproti síti Facebooku, ale zatím se nepředpokládá, že by v nejbližší době došlo k masovému přechodu uživatelů ostatních sociálních sítí ke Google+. (Srov. Dočekal, 2011b, online)

Zatím se mi nepodařilo dohledat žádnou statistiku ohledně oblíbenosti této nové sociální sítě u dospívajících a ani nelze odhadnout, zda se z Google+ stane podobný fenomén jako je Facebook. Důvodem, proč jsem ho zmínila je to, že tato síť má na dospívající vliv, i když na ni nejsou přihlášení. Je to především prostřednictvím různých změn na Facebooku odvíjícím se od konkurenčního boje (Facebook například v souvislosti se spuštěním Google+ zavedl tzv. Odběry apod.). Ale jde i o působení skrze ostatní média. Spuštění této sítě provázal velký rozruch, takže se k dospívajícím dostala zpráva například o tom, že jejich blízcí jsou vlastně skupiny lidí neboli Kruhy, a to *sociální kruhy*²². Na jednu stranu je to pokrok oproti Facebooku – tam jsou automaticky všichni *přátelé*. Na druhou stranu se dá těžko odhadnout, jak vlastně tyto Kruhy v budoucnu ovlivní virtuální a reálnou komunikaci dospívajících.

2.4.9 Facebook

„Facebook je prvním velkým představitelem nové generace sociálních sítí [...], kde se vše podřizuje interakci s přáteli, sdílení informací a především aktivnímu rozšiřování [...] komunity a propojování této komunity se stovkami dalších malých komunit.“ (Čížek, 2010, s. 13)

Facebook je v současnosti největší sociální síť. Na svých stránkách uvádí, že má přes 800 milionů aktivních uživatelů²³. (Viz Facebook – statistika, 2011, online) Co se týče

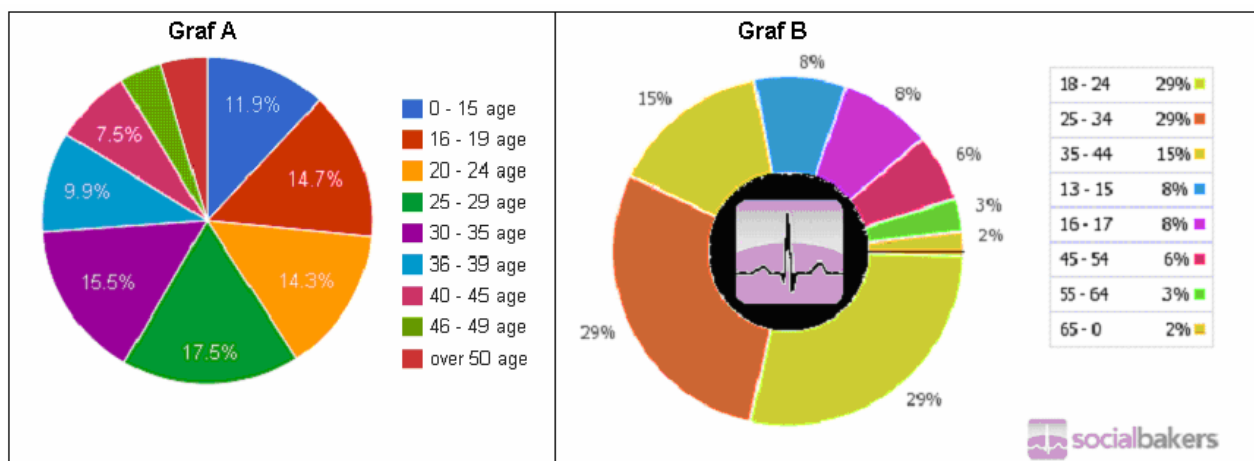
²² Na Google+ není možné konkrétní sdělení poskytnout pouze určitému člověku, to lze až po zařazení dotyčného nějakého do Kruhu. (viz Dočekal, 2011b, online)

²³ Aktivním uživatelem se zde rozumí uživatel, který se na tuto sociální síť opětovně přihlásil v posledních 30 dnech. (viz Facebook – Základní fakta, 2011, online)

množství uživatelů z České republiky, jsme se skoro 3 miliony 440 tisíc²⁴ zaregistrovanými profily na 40. místě z 200 sledovaných zemí. Velikost internetové populace je u nás zhruba 6 milionů 280 tisíc lidí, což znamená, že více než polovina těchto lidí je zároveň i na Facebooku. (Viz SPIR NetMonitor, 2011, www dokument, s. 1) Podle Janoucha (viz 2010, s. 241) však z tohoto počtu tvoří skuteční uživatelé pouze jednu čtvrtinu (ostatní účty jsou smyšlené identity; lidé, kteří se přihlásili pouze jednou atp.).

Na obrázku č. 1 jsou ukázány dva grafy s různými věkovými rozvrženími českých uživatelů Facebooku. Mladí lidé zde tvoří nejsilnější skupinu, přičemž 16% z nich spadá do skupiny dospívajících od 13 do 17 let (viz graf B). Graf A zahrnuje i odhad o uživateli do 15 let věku (skoro 12%), i když oficiálně se lze zaregistrovat až po dosažení 13 let věku.

Janouch (viz 2010, s. 217) upozorňuje, že největší skupinu obecně participujících na sociálních médiích tvoří lidé z věkového rozmezí 15 až 34 let, kteří bývají označováni také jako *generace Facebooku*. S tímto odborníkem souhlasím, protože i já do této generace patřím a vidím kolem sebe, jaký má Facebook obrovský vliv.



Obrázek 1– Zastoupení jednotlivých věkových skupin na Facebooku v České republice.

Zdroje grafů: Graf A - Zoom Sphere BETA.com [online]. Created by MicroMedia [aktual. 2011-09-?, cit. 2011-12-07]. Charts : Facebook. Dostupné z WWW: <<http://www.zoomsphere.com/charts>>.

Graf B - Socialbakers.com : Heart of Social Media Statistics [online]. © Candytech, 2011, [aktual. 2011-12-06, cit. 2011-12-06]. Czech Republic Facebook Statistics. Dostupné z WWW: <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/czech-republic>>.

Prostředí Facebooku

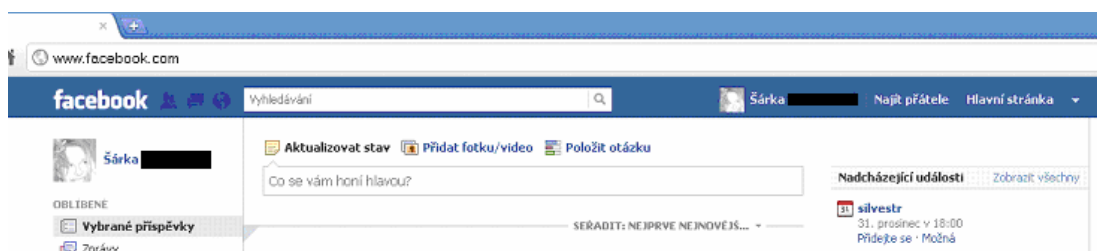
Považuji za nezbytné stručně popsat uživatelské rozhraní této sociální sítě, které je postavené tak, aby neustále rozšiřovalo okruh svých uživatelů a podněcovalo je k aktivitě. Tento popis bude postaven na mých vlastních zkušenostech s Facebookem. Tato sociální síť

²⁴ údaj z prosince 2011

obsahuje obrovské množství různých prvků. Zaměřím se pouze na ty, které považuji za nejpodstatnější.

Vše je odvozeno od registrace uživatele a vytvoření tzv. profilu uživatele. Jeho základ tvoří Zeď profilu, na které jsou zobrazovány všechny jeho/její aktivity v chronologickém přehledu od nejnovější (pokud se nejedná např. o soukromou zprávu nebo chat apod.). Uživatelé se prezentují především svojí profilovou fotografií. Tento malý obrázek se objevuje u všech jejich příspěvků a dominuje také Zdi uživatele. Množství informací, které poskytne uživatel na svém profilu, závisí na jeho rozhodnutí. Může také nastavit, komu se budou informace zobrazovat. Zajímavou položkou, zobrazující se pod profilovou fotografií, je informace o partnerském vztahu uživatele. Ten může nastavit partnera – tj. bude se zobrazovat jeho jméno a fotografie s příslušným komentářem (upřesněním vztahu). Uživatelé mají na výběr z možností: zadaný/á, zasnoubený/á, v manželství, ve složitém vztahu, ve volném vztahu, dokonce ovdovělý/á, žijící odděleně a rozvedený/á.

Jednou z hlavních aktivit na Facebooku je publikování textových zpráv prostřednictvím oznamovacího pole Aktualizovat stav, které je trvale zobrazeno s výzvou: *Co se vám honí hlavou?* (viz obrázek č. 2). Tyto zprávy jsou známé jako *stavy* nebo také *statusy*. Další frekventovanou aktivitou je tzv. sdílení fotografií a videí (položka Přidat fotku/video). Ty lze vložit na Zeď přímo z počítače nebo pomocí internetového odkazu, který se pak zpravidla zobrazuje i s náhledem dané internetové stránky. Vkládání příspěvků lze naprosto totožným způsobem realizovat i prostřednictvím Hlavní stránky, která bude popsána dále (viz příloha č. 2). Na Zdi se zobrazují i oznámení o tom, s kým uživatel uzavřel *přátelství*, čeho se stal *fanouškem* apod.



Obrázek 2– Horní část Hlavní stránky.

Zdroj: Facebook [online], Facebook © 2011 – Čeština, [cit. 2011-12-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/>>. Vymazáno příjmení v rámci zachování anonymity.

Zeď je propojena s Hlavní stránkou (viz příloha č. 2), která se v podstatě skládá ze Zdi všech lidí, které má daný uživatel v seznamu *přátel* na svém profilu. Dále se na Hlavní zdi

zobrazují také příspěvky skupin, kterých je v rámci Facebooku uživatel členem, a stránek, kterých je fanouškem. Lze si zvolit mezi prohlížením všech příspěvků na této „nástenčce“ od nejnovějších nebo lze zobrazit jen vybrané (tzv. důležité) – na obrázku č. 1 vidíme, že bylo zvoleno řazení příspěvků od nejnovějších.

Mezi další komunikační prostředek na Facebooku patří záložka Zprávy na Hlavní zdi. Zprávy lze posílat jednotlivým *přátelům* či skupinám *přátel*. Fungují v podstatě jako e-mailová stránka, takže skrze ně lze posílat i různé soubory (často fotografie), zprávy se ukládají apod. V nedávné době došlo ke sloučení s dalším komunikačním kanálem na Facebooku – Chatem (instant messaging), což ve velké míře setřelo rozdíl mezi těmito komunikačními cestami. Nadále se však na Hlavní stránce zobrazují *přátelé*, kteří jsou v dané chvíli také připojeni. Veškeré novinky, které se týkají uživatele (např. že někdo okomentoval jeho fotografii), jsou mu doručovány prostřednictvím Upozornění (symbol planety vedle nápisu facebook na obrázku č. 2.).

Prvek Like neboli To se mi líbí je nezbytnou součástí života na Facebooku. Like je spolu s komentáři prostředek hodnocení. Takto hodnotit lze v podstatě jakýkoliv příspěvek. Pokud uživatel označí Like u Stránky, stává se jejím Fanouškem a veškeré příspěvky stránky se začnou objevovat na jeho Hlavní stránce. U příspěvků se počet uživatelů, kteří Like zvolili, zobrazuje vedle ikonky zvednutého palce. U komentáře se k příspěvku zase zobrazí profilový obrázek uživatele, tento komentář může opět někdo označit tlačítkem To se mi líbí, a tak se celý proces může dopracovat až ke stovkám komentářů a *zvednutých palců*. Prvek Like je vymyšlen velmi důmyslně. Díky němu lze sledovat, co uživatele nejvíce zajímá (pro reklamní účely) a uživatelům podává informaci o tom, že jejich příspěvek ostatní zaujal (také se i jmenovitě dozvedí, koho). Často se stává, že někdo přidá status s negativním obsahem. Tam tlačítko Like využít nelze, protože na příspěvek „Jsem smutná.“ přeci nelze reagovat To se mi líbí. Jedinou možností je přidat psaný komentář. Like tedy vnímám jako svazující. Jedinou variací Like je vrátit je zpět, tedy kliknout na Už se mi to nelíbí. To ale ve změní těchto zvednutých palců těžko někoho zaujme. Moje pozitivní hodnocení jednoduše jenom zmizí. Další charakteristikou příspěvků na Facebooku je tzv. volba Označit fotku. Uživatel vloží na Facebook fotografii např. sebe a kamaráda. Volbou Označit fotku přiřadí k postavám na fotografii konkrétní jména. Označení o označení ihned dorazí k jeho označovanému kamarádovi a příslušný obrázek se zobrazí na jeho Zdi.

Vše na Facebooku se odvíjí od toho, že je to především silný marketingový nástroj. Díky tomu je také pro své uživatele zdarma. Obrázek č. 3 ukazuje Profile Report Card, tedy jakési vysvědčení o aktivitě uživatele vytvořené za pomoci jedné z aplikací Facebooku. Už to,

že takové obrázky Facebook umožňuje generovat, dokazuje, jak moc usiluje o aktivitu svých uživatelů. Příslušné položky jsou oznámkovány podle toho, kolik aktivit uživatelka v dané oblasti vyvíjela. Vidíme například, že má na svém profilu 371 *přátel*, za což dostala B neboli chvalitebný. Ale za to, že sdílela 63 statusů, obdržela jenom D, tedy dostatečný. Pro Facebook je to nejspíš málo. Avšak na výbornou splnila počet použití prvku Like. Že se jí něco líbí vyjádřila skoro 800krát. Její průměrná známka byla C (dobrý), což by ji mohlo motivovat ke zvýšení jejich aktivit na Facebooku jako je např. počet oblíbených Stránek angl. Pages (tj. stát se Fanouškem Stránek).



LESSONS	POINT	GRADE
Friends	371	B
Pages	0	F
Status	63	D
Photos	685	A
Videos	4	D
Linkes	19	D
Like	792	A
GPA	C	

Friend Reports



Obrázek 3 – Profile Report Card neboli statistika aktivit uživatele na síti Facebook.

Zdroj: Facebook [online]. Facebook © 2011 – Čeština, [staženo 2011-10-23]. Dostupné z WWW: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=2144933547091&set=t.100000653673349&type=1&theater>.

Staženo se svolením majitelky fotografie, vymazáno její jméno.

Nezávazné povídání si, předvádění se apod. je pro dospívání typické. Na sociálních sítích však nabývá až bizarních podob. Jedná se především o různé zdobněliny, sprostá slova, profilové fotografie před zrcadlem apod. Tento trend je výstižně zachycen v krátkém videoklipu studia Moving pictures natočeného v rámci workshopu pro děti v roce 2010. Ač je video pojato jako parodie, vychází z autentického obsahu, který se na Facebooku objevil a každodenně objevuje. Tvůrci se pokusili ztvárnit, jak by způsob komunikace a zacházení se vztahy, praktikovaný na sociální síti, vypadal ve skutečnosti. Zaměřují se na nadměrné sdělování nezajímavých faktů (například když uživatel sděluje, co má právě k obědu), sexting, používání sprostých slov a typických nic neříkajících slovíček jako je *muck* a také na

snahu mít co nejrozsáhlejší seznam *přátel*. (viz Facebook vs. realita, online videoklip) Mám možnost sama vidět, že se tyto praktiky u dospívajících opravdu hojně vyskytují. Myslím si, že by tento videoklip byl dobře využitelný na školách v rámci osobnostně sociální výchovy. Dospívající se takto chovají naprosto přirozeně, zkrátka protože to dělají jejich vrstevníci. Na jednu stranu to nemusí nic znamenat, ale také tu hrozí nebezpečí, že někteří neodhadnou míru a mohou se např. stát oběťmi šikany. Navíc existují i jiné volnočasové aktivity. Je dobré mladé lidi podněcovat v tom, aby se zamýšleli nad tím, jak čas tráví.

2.4.10 Virtuální přátelství na Facebooku

Co je *přátelství* na sociální síti? Takové *přátelství* může mít mnoho podob, jeden rys je však přítomen vždy. Dal by se vyjádřit touto definicí: *přítel*²⁵ na sociální síti je jiný uživatel této sítě, který se nachází v seznamu *přátel* daného uživatele. Nejčastější způsob pro uzavírání těchto *přátelství* je skrz políčko Vyhledávání (viz obrázek č. 2 a příloha č. 2), kde uživatelé vyhledávají osoby, které znají, a to nejčastěji podle jejich skutečného jména. Pak už stačí odeslat tzv. požadavek, tedy žádost o zařazení do jeho/jejího seznamu *přátel*. *Přátelství* je uzavřeno, pokud daná osoba na výzvu zareaguje kladně. Uživatelé spolu mohou komunikovat i bez uzavření *přátelství* (pomocí soukromých Zpráv), není to však příliš časté.

V rámci aktualizací Facebook zavedl službu Přihlásit odběr. To znamená, že uživatelé mohou být informováni i o aktivitách lidí, kteří nejsou zařazeni v jejich seznamu přátel. Takto funguje např. Google+ nebo Twitter. Díky tomu lze sledovat aktualizace např. různých celebrit apod. a lze si i nastavit, které z aktualizací se mají zobrazovat (např. pouze fotografie). Tuto službu lze využívat i pro stávající *přátele* na Facebooku (tzv. Seznamy, které jsou obdobou Kruhů v Google+).

V průměru má každý uživatel na svém profilu 130 *přátel*. (Viz Facebook – statistika, 2011, online) Zajímavé je, že pokud mají děti a dospívající na profilu webové komunity více než sto kontaktů (*přátel*), je to považováno za rizikový faktor. Více než sto *přátel* na svém profilu na sociální síti má 26% českých uživatelů ve věku 9-16 let²⁶, z toho 12% ve věku 9-12 let a 33% ve věku 13-16 let. (Viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, www dokument, s. 8)

Ráda bych zmínila ještě jeden ze zajímavých výzkumů. Antropolog Robin Dunbar z Oxfordské univerzity tvrdí, že lidský mozek nedokáže pojmout víc jak 150 přátel. Tato

²⁵ Z tohoto důvodu také toto *přátelství* označuji kurzívou, je to pouze termín, kterým jsou na Facebooku označováni jeho propojení uživatelé. Ve skutečnosti to mohou být jenom známi či se tito *přátelé* dokonce ani nemusí znát.

²⁶ Evropský průměr je 29% uživatelů u všech sociálních sítí a 32% u Facebooku.

maximální kapacita přátelství je mezi odbornou veřejností natolik známá, že se pro ni vžila přezdívka dunbarovo číslo. Podle něj je právě tento počet optimální pro společenskou interakci. Obecně je pro komunity typickým počtem 150 členů, což měly i tlupy našich předků. Obrovské počty *přátel* čítající i několik tisíc hlav nemohou být skutečnými přáteli, protože pro přátelství je vždy nezbytná interakce. (Srov. Lidský mozek nemůže mít více než 150 přátel, 2011, online)

Ukazuje se však, že mít větší počet *přátel*, nemusí být pouze negativní. Výzkumníci z Univerzity College v Londýně objevili přímou spojitost mezi počtem facebookových *přátel* a velikostí určitých oblastí mozku. Prokázali, že čím více facebookových *přátel* osoba má, tím více bude pravděpodobně mít i přátel mimo internetové prostředí. Profesor Rees a jeho kolegové poukazují na to, že sociální sítě nás silně ovlivňují, ale zatím víme jen velmi málo o jejich dopadech na lidský mozek. Prozkoumali proto mozkové snímky 125 vysokoškolských studentů (aktivních uživatelů Facebooku) a porovnali je s rozsahem jejich online a reálného okruhu přátel. Zjistili silnou spojitost mezi počtem *přátel* na Facebooku a množstvím šedé kůry mozkové v několika oblastech mozku. Jednou z těchto oblastí byla amygdala – oblast spojená s pamětí a emočními odezvami. Tři další oblasti dokonce korelovaly pouze s počtem online *přátel*. Výsledky výzkumu odkazují na zjištění, že většina uživatelů Facebooku používá tuto stránku k podpoře svých existujících sociálních vazeb, udržování a posilování stávajících přátelství. Nejde jim tedy jen o vytváření sítí zcela nových virtuálních *přátel*. (Srov. Kanai et al, 2011, online)

2.4.11 Rizika na sociálních sítích

Většina aktivit, které děti provozují na internetu může být jak užitečných, tak i škodlivých. Vždy záleží na okolnostech. Některé tyto potencionálně rizikové online činnosti dovolují dospívajícím experimentovat v oblasti vztahů, intimity a identity. Tyto experimenty jsou zásadní pro dospívání, učí je vyrovnat se s přicházející dospělostí. Tyto rizikové online činnosti jsou spojeny zranitelností a stejně tak jako s posilováním odolnosti.

Co se týče rizikového chování, děti a dospívající ve věku 9-16 let v Evropě udali, že za poslední rok²⁷: 40% z nich hledalo nové kamarády na internetu, 34% z nich si přidalo někoho, koho nikdy neviděli tváří v tvář, do svého seznamu *přátel* (na sociální síti), 16% z nich předstíralo na internetu, že je někým jiným, 15% z nich poslalo svoje osobní informace a 14% svou fotografii nebo videonahrávku někomu, koho nikdy neviděli tváří v tvář. (Srov. Livingstone, Haddon, Görzig, 2011, www dokument, s. 16)

²⁷ Výzkum se konal v první polovině roku 2010.

Na základě výzkumů byly definovány tři hlavní rizikové faktory při používání sociálních sítí dětmi a dospívajícími:

- ↳ Více jak sto kontaktů (přátel) na profilu sociální sítě.
- ↳ Online kontakty s lidmi, se kterými se uživatelé seznámili online a kteří nemají žádnou spojitost s jejich životem mimo internet.
- ↳ Odhalování informací na svém profilu, které mohou být použity k jejich identifikování.
- ↳ I když tyto skutečnosti mohou být neškodné, není radno je podceňovat. (Srov. Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, *www dokument*, s. 8)

Co se týče konkrétních rizik, jedno z nejzávažnějších je kyberšikana. 6% z 9-16letých obdrželo po internetu sprosté nebo zraňující zprávy a 3% takové zprávy sama zaslala. (Viz EU Kids Online šetření, *www dokument*, 2011, s. 2) Dalším jevem je tzv. sexting - 15 % z 11-16letých dostalo zprávy nebo obrázky se sexuálním obsahem a 3% připustila, že poslali nebo někam umístili odkaz na takové obsahy. (Viz *tamtéž*, s. 3)

Dalším rizikem je vystavení potenciálně zraňujícímu obsahu vytvořenému uživateli. Více než 20% 11-16letých uvedlo, že byli vystaveni jednomu nebo více typů potenciálně zraňujícího obsahu jako je: nenávistný obsah (12%), pro-anorexia (obsah propagující anorexii) (10%), sebepoškozování (7%), braní drog (7%) a sebevražda (5%). Se zneužitím svých osobních dat se potom setkala 9% 11-16letých. Konkrétně se zneužitím hesla (7%), osobních informací (4%) a 1 % z nich bylo dokonce online okradeno o peníze. Zanedbávání kamarádů, školní práce nebo spánku z důvodu nadměrného používání internetu zažilo 30 % z 11-16letých evropských dospívajících. (Viz EU Kids Online šetření, *www dokument*, 2011, s. 3)

Jegorovová (srov. 2009, s. 27) spatřuje úskalí sociálních sítí v anonymitě, protože si člověk nemůže být nikdy na sto procent jist, kdo ho oslovuje. Jak jsem již popsala, je především Facebook místem, kde bývá většina profilů důvěryhodných. Falešné identity však zde také působí a je potřeba s nimi počítat. Jegorovová poukazuje i na další podle ní negativní charakteristiku sociálních sítí, tedy možnost prezentovat se tak, jak člověk chce být ostatními vnímán. (Srov. 2009, s. 27) Podle mého názoru je tento jev častý především u dospívajících, protože mívají často malé sebevědomí a chtějí se ostatním co nejvíce zalíbit.

Nebezpečí sociálních komunitních webů v čele s Facebookem spočívá ve shromažďování obrovského množství dat, která bývají i velmi intimní povahy (například různé fotografie). Uživatelé tyto informace často zveřejňují lehkomyšlně, protože se mezi *přáteli* cítí bezpečně. (Srov. Kadlecová, 2009, s. 30) “To je příležitost pro lidi, kteří se rádi

ukazují. Takovéto zviditelňování a sebe prezentace však v tomto případě působí spíše jako snaha o hledání sama sebe.” (Jegorovová, 2009, s. 27)

Tyto informace mohou být zneužity – např. internetovými zločinci. Někdy se k nim ale lze dostat i bez větší námahy, pokud uživatel podcení zabezpečení svého účtu a dovolí k němu komukoliv přístup. Dále zaznívá kritika na omezování svobody jejich uživatelů. (srov. Kadlecová, 2009, s. 30)

Podle zprávy o výzkumu EU Kids Online má mezi evropskými uživateli sociálních sítí 43% nastaveno svůj profil jako soukromý, což znamená, že jej může vidět pouze vybraná skupina jiných osob (tj. ti, které má ve svém seznamu *přátel*). 28% pak uvádí, že jejich profil je soukromý částečně (tj. jejich příspěvky si mohou prohlížet *přátelé přátel* a další lidé přihlášení ke stejné síti). Podstatné ovšem je, že 26% dětí a dospívajících vlastní profil zcela veřejný, na který má přístup v podstatě kdokoli. (Viz EU Kids Online šetření, www dokument, 2011, s. 1) V České republice má svůj profil na Facebooku nastavený jako veřejný 32% uživatelů. Ti mladší (ve věku od 9 do 12 let) dokonce v 37 procentech (vyšší procento veřejných profilů u mladších uživatelů se projevilo i v celé Evropě). (Viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, www dokument, s. 7) Domnívám se, že dospívající si zřejmě nejsou vědomi toho, jak velkou moc mají informace, které o sobě poskytují. Informace mohou být zneužity např. osobami s pedofilními sklony. Případně se tito mladí lidé díky své nerozvážnosti mohou stát oběťmi kyberšikany.

Současná generace dospívajících se bude muset v budoucnu vyrovnat s digitální stopou, která po ní na internetu (a na sociálních sítích zvláště) zůstane. Například na Facebooku může uživatel svůj účet zrušit, ale veškeré informace o něm zůstanou archivovány. Vyrostou z dnešních dospívajících natolik silné osobnosti, že dokáží před svými dětmi obhájit např. fotografie, kde jsou opilí do bezvědomí? To, co dospívajícím přijde jako zábava, se může zvrátit v jejich neprospěch velice snadno. Nic z toho, co na internetu udělali, už nemohou vymazat. Předpokládám, že až si to jednou v budoucnu uvědomí, povede to u některých z nich k pocitu bezmoci, možná i k depresím. Zatím lze bohužel těžko odhadnout, co tento jev přinese.

2.4.12 Rizika sociálních sítí u českých dospívajících ve srovnání s Evropou

Česká republika je mezi evropskými zeměmi na čtvrtém místě v počtu dětí a dospívajících vystavených riziku sledování pornografie na internetu. Tuto zkušenost mělo 29% mladých českých uživatelů internetu. Zajímavostí je, že ve srovnání s ostatními

evropskými zeměmi, si byli čeští rodiče nejvíce vědomi toho, že jejich děti sledovaly tyto závadné obsahy.

České děti se také na internetu seznamují přibližně dvakrát častěji než je celkový průměr dětí všech 25 zkoumaných evropských zemí. Vysoké číslo (42%) vyšlo u kontaktu českých dětí a dospívajících používajících internet s člověkem, se kterým se seznámili v tomto prostředí. 13% z nich se pak s někým takovým sešlo tváří v tvář. Platí, že čím starší děti nebo dospívající, tím častěji se takovým způsobem seznamují i setkávají.

Zhruba 9 % českých dětí poslalo nebo umístilo na internetu zprávu se sexuálním obsahem a kolem 13% dětí stejně zaměřenou zprávu na internetu vidělo nebo jim přišla.

Co se týče digitální vzdělanosti, jsou české děti a dospívající v rámci Evropy nadprůměrně vzdělaní (páté místo v pomyslném žebříčku zkoumaných zemí).

Výzkum E U Kids Online II ukázal, že české děti a dospívající vykazují podobně jako jejich vrstevníci ze Švédska, Norska a Estonska poměrně liberální a intenzivní přístup k internetu. Tento přístup je sice vystavuje potenciálně vyšším rizikům (např. z hlediska sledování pornografie), ale na druhou stranu jsou také nadprůměrní ve schopnostech internet užívat, a tak rizikům také čelit. (Viz EU Kids Online šetření, www dokument, 2011, s. 6)

Zajímavé je, jaké chování na sociálních sítích, označili čeští uživatelé za nevhodné: použití soukromého účtu jiné osoby k odeslání žertovné zprávy, přílišné sdílení osobních nebo soukromých informací a označení jiné osoby na nelichotivých fotografiích nebo odkazech bez jejího svolení. (Viz Češi na sociálních sítích, 2011, online) Podle mého názoru může být odesílání žertovných zpráv pod cizím jménem součástí šikanování po internetu.

Deset největších mýtů o rizicích hrozících dětem na internetu (Poslední tři se týkají rad ohledně internetové bezpečnosti):

- 1. Dnešní děti a dospívající vědí o internetu vše** – například jenom zhruba třetina 9-16letých si myslí, že vědí o internetu víc, než jejich rodiče.
- 2. Dnes si každý vytváří svůj vlastní obsah internetu** – přestože sociální sítě usnadňují publikování vlastního obsahu, většina dospívajících (a ještě více dětí) preferuje již hotové masově sdílené obsahy.
- 3. Děti pod 13 let nemohou používat sociální sítě, takže není důvod se strachovat** – 38% 9-12letých s profilem na nějaké sociální síti dokazuje, že tento věková hranice nefunguje.
- 4. Každý na internetu sleduje pornografii** – odhady online sledování pornografie jsou mnohem nižší, než se předpokládalo. Za poslední rok viděla sexuální obsahy (ať už online nebo offline) čtvrtina dětí a dospívajících. I když budeme předpokládat, že toto číslo je

podhodnocené, zdá se, že mediální rozruch ohledně pornografie je postavený buď na nereprezentativních výzkumech nebo dokonce jenom na nepodložených domněnkách.

5. **Ti, co šikanují, jsou špatní** – více než polovina online i offline šikanujících agresorů (60%), byla sama šikanována. 40% z těch, kteří ubližovali ostatním online, byli také sami online šikanováni. Oběti i pachatelé online šikanování mají sklon být psychicky zranitelnější, což udržuje kruh špatného chování ničící obě strany.
6. **Lidé na internetu jsou cizí** – skoro 90% dospívajících ve věku 11-16 let je v online kontaktu s lidmi, které zná i mimo internet. Čtyři z deseti mají online kontakty s lidmi, se kterými se seznámili na internetu, ale jsou zároveň spojeni s jejich kamarády nebo rodinou. Čtvrtina je v kontaktu s lidmi, kteří nepatří do jejich sociálního okruhu. Devět procent dospívajících se sešlo s někým, koho potkali nejdříve na internetu.
7. **Rizika se přesouvají na internet** – pokud jsou děti a dospívající více vystaveni rizikům, je pravděpodobné, že se spíše setkají s riziky i na internetu. Tento předpoklad však nefunguje automaticky. Nelze tedy předpokládat, že děti nebo dospívající, kteří se ve svém životě s riziky zatím nepotkali, nemohou být v nebezpečí na internetu.
8. **Pomůže umístění počítače do obývacího pokoje** – tato rada je zastaralá. Děti a dospívající se čím dál častěji připojují na internet ze svého pokoje, u kamarádů doma nebo skrze mobilní zařízení. Rodiče by spíše měli se svými dětmi více o internetu mluvit a také účastnit se jejich online aktivit.
9. **Ke snížení online rizik pomůže vyučování digitálních dovedností** – více dovedností je spojeno s více (ne méně!) riziky. Více dovedností vede k více možnostem a ty jsou spojeny s riziky. Možnosti a rizika spolu například souvisí tak, že dospívající musí poznat nějaká rizika, aby se mohli učit a být odolnější. Na druhou stranu více dovedností by mohlo snížit újmu prožitou ve spojitosti s nějakým online rizikem.
10. **Děti a dospívající dokáží obejít bezpečnostní software** - ve skutečnosti pouze 28 procent dospívajících umí obejít nastavené zabezpečení. Většina z nich dokonce souhlasí s tím, že je to užitečná věc. Avšak je také pravda, že skoro polovina je přesvědčená o tom, že tato rodičovská bezpečnostní opatření limitují jejich online aktivity. Třetina přiznává, že své rodiče v tomto ohledu více či méně ignoruje. (Srov. Livingstone, Haddon, Görzig, 2011, [www dokument](#), s. 42-43)

3. EMPIRICKÁ SONDA NA TÉMA: ONLINE KOMUNITY V ŽIVOTĚ DOSPÍVAJÍCÍCH

3.1 Výzkumná otázka

V současnosti stoupá podíl sociálních sítí na životě mladé generace. V teoretické části práce jsem se zabývala pohledy odborníků na přínos i rizika online sítí, empirickou část proto zaměřím na to, jak sami dospívající chápou jejich roli ve svém životě. Výzkumná otázka tedy zní:

Jaké sociální sítě hrají v životě dospívajících důležitou roli a jaký význam jim připisují sami dospívající v kontextu svého života.

3.2 Cíle empirické sondy

Na základě výzkumné otázky byly definovány čtyři cíle empirického šetření:

1. Zjistit, jaké sociální sítě a jak často je využívají žáci 9. ročníků základních škol v regionu Turnovska.

Statistiky využívání sociálních sítí nejsou dostupné pro všechny tyto webové stránky a někdy je i otázka, do jaké míry jsou přesné. Míra využívání sociálních sítí českými dospívajícími je poměrně dobře prozkoumána, chybí však výzkumy zaměřené na jednotlivé regiony. Splnění cíle pomůže objasnit, zda jsou celosvětové či celorepublikové trendy v této oblasti aktuální i pro oblast Turnovska.

2. Zjistit, v čem mladí lidé spatřují význam sociálních sítí pro svůj život.

Průzkumy ukazují, že dospívající tráví na sociálních sítích čím dál více času. Komunitní weby se začínají stávat i preferovaným způsobem jejich vzájemné komunikace. Jejich specifikum spočívá v tom, že uživatelé ve většině případů vystupují pod svým pravým jménem a identitou. Odborníci se obávají, že dospívající neberou sociální sítě jen jako způsob pro odreagování se pod anonymními přezdívkami (jak tomu bývá u chatu), ale jako regulérní každodenní způsob života, ze kterého se vytrácí interakce tváří v tvář.

3. Zjistit, jakou podobu virtuálního přátelství²⁸ dospívající preferují.

²⁸ pojem virtuální přátelství viz příloha č. 1 – slovník užitých pojmů

Zde bych se ráda zaměřila na jeden ze specifických rysů virtuálního *přátelství* na sociální síti Facebook, se kterým jsem se v odborné literatuře nesetkala. Tento rys spočívá v aktivitě uživatelů Facebooku při uzavírání *přátelství* neboli při přijímání a vysílání tzv. výzev *přátelství*. Podle této ne/aktivity nabývá dané *přátelství* specifické formy.

4. Odhalit rizika, která dospívající spatřují ve virtuálním přátelství a sociálních sítích.

Sociální sítě skrývají, stejně jako celé prostředí internetu, řadu specifických rizik. Může to být zneužití osobních údajů, kyberšikana, ale také další negativní jevy. Tyto jevy (jako např. ztráta soukromí nebo omezení osobního styku s okolím) jsou často následkem nadměrného používání těchto internetových sociálních sítí. Odborníci varují před různými riziky, mým cílem je však zjistit, co nejvíce ohrožuje uživatele sociálních sítí z regionu Turnovska. To může pomoci např. učitelům v tomto regionu k přesnějšímu cílení primární prevence např. v případě kyberšikany.

3.3 Hypotézy a jejich zdůvodnění

H1: Více než 90% respondentů má svůj profil na nějaké sociální síti.

Statistika využívání nejvytíženější online sociální sítě Facebook uvádí podíl věkových skupin 13-15 a 16-17 let u každé po 9%. Celkový podíl uživatelů této sociální sítě v České republice byl v květnu 2011 zhruba 3 miliony 200 tisíc lidí, což představuje skoro 600 tisíc českých dospívajících. A jejich počet rychle narůstá. (srov. Socialbakers.com, 2011a, online)

Podle výsledků projektu EU Kids Online má profil na sociální síti 72% českých dětí a dospívajících. (viz EU Kids Online šetření, [www dokument](#), 2011, s. 6) Ve věkovém rozmezí 13-16 let je to dokonce 90 procent, (viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, [www dokument](#), s. 1) z čehož 91% z nich připadá na sociální síť Facebook a 9% na ostatní síť. (viz [tamtéž](#), s. 3)

H2: Více než 60% respondentů využívá sociální sítě denně.

Podle výzkumu Karlíčka z jara 2010 navštěvuje denně sociální sítě 69% Čechů²⁹. (srov. Karlíček, 2010, s. 31) Dalším vodítkem je údaj z výzkumného projektu EU Kids Online z roku 2010, který ukázal, že 75% dětí a dospívajících používá internet každý den. (viz EU

²⁹ Tento výzkum byl zaměřen na demografii základního chování uživatelů sociálních médií v České republice, proto autor uvádí zvlášť i údaj pro Moravu, a to 93% (srov. Karlíček, 2010, s. 31).

Kids Online šetření, www dokument, 2011, s. 6) Lze tedy předpokládat při připojování se na sociální síť u zkoumaného vzorku dospívajících, že bude toto procento obdobné.

H3: Pro respondenty je na sociálních sítích nejdůležitější komunikace s přáteli, které osobně často vídají, plánování společných aktivit s přáteli, sdělování jejich pocitů a názorů ostatním.

Tento předpoklad vychází z mého anketního šetření (viz příloha č. 3) a z části z výzkumu Vysoké školy ekonomické a komunikační agentury Outbreak, který definoval hlavní důvody využívání sociálních sítí silnými internetovými uživateli: udržování kontaktu se stávajícími přáteli, plánování společných aktivit s přáteli a organizování akcí (srov. Karlíček, 2010, s. 31). Předpokládám, že dospívající budou preferovat např. diskutování o prožitém školním dnu prostřednictvím sociálních sítí – tj. že pro ně bude důležitější spojení s kamarády, které osobně vídají často, než s těmi, které vídají zřídka.

H4: Více než 80% respondentů patří mezi vysílače přátelství na sociální síti.

Vzhledem k tomu, že dospívající mají silnou potřebu patřit k nějaké komunitě a být oblíbení, předpokládám, že u nich bude převažovat iniciativa při přidávání si *přátel* na svůj profil na sociální síti. V praxi to funguje tak, že uživatel sociální sítě rozesílá ostatním lidem tzv. žádost o přátelství, kterou oni mohou přijmout nebo nemusí. Někteří cíleně prohledávají seznamy přátel ostatních uživatelů a rozesílají desítky žádostí o *přátelství*. Navíc jim sama sociální síť neustále nabízí *přátele* s výzvami jako „Najít přátele.“ „Možná znáte.“ apod. Tyto aktivní uživatele jsem pracovně nazvala *vysílači přátelství*. *Přijímači přátelství* jsou potom ti, kteří pouze reagují na výzvy ostatních nebo sami žádají o přátelství pouze minimálně (otázka č. 7 v dotazníku – viz příloha č. 4).

Charakter virtuálního přátelství je u *vysílačů* jiný než u *přijímačů*, jde o dvě rozdílné podoby. Rozdíl bude také v počtu přátel, který budou mít uživatelé ve svých seznamech *přátel*. U *vysílačů* předpokládám významně vyšší (otázka č. 6 v dotazníku – viz příloha č. 4).

H5: Dospívající v 90% případů hodnotí i krátkodobé znemožnění připojení k síti jako výrazný diskomfort v prožívání.

Současní dospívající vyrůstají v informačním věku. Drtivá většina z nich tráví podstatnou část svého volného času na počítači. Sociální sítě jsou relativně mladým fenoménem, který ale získal obrovskou oblibu právě mezi mladými lidmi. Pro děti a dospívající je naprosto běžné připojovat se na internet, 60% z nich tak činí každý den. Pro

dalších 33% uživatelů je běžné připojovat se alespoň jednou týdně. (viz Livingstone, Haddon, Görzig, 2011, www dokument, s. 12) Většina dětí a dospívajících (75%) používá internet interaktivně – ke komunikaci skrz sociální sítě, instant messaging a e-mail. (viz tamtéž, s. 14) U dospívajících je naprosto obvyklé, že několikrát denně kontrolují nové příspěvky na sociální síti, aktualizují své statusy. Často k tomu využívají chytré telefony, se kterými se mohou na internet připojit, kdykoliv chtějí. Stále chtějí být ve středu dění. U některých z nich může tato činnost přerůst až v závislost.

H6: Více jak 50% respondentů se setkalo s minimálně třemi různými riziky na sociálních sítích.

Zde jsou jako rizika brány nejen závažné jevy jako je např. kyberšikana, ale i negativní dopady sociálních sítí na komunikaci dospívajících. Tato rizika byla identifikována na základě výsledků anketního šetření (viz příloha č. 3) a studia odborných pramenů.

3.4 Strategie empirického šetření

Pro empirické šetření byla zvolena explorativní metoda, konkrétně kvantitativní výzkumné nástroje anketa a dotazník. Anketa má spíše informační charakter, proto byla využita pro předvýzkum u dospívajících a výstupy z ní sloužily pro konstrukci dotazníku.

Výběr výzkumných technik vycházel především z povahy výzkumného vzorku. Předpokládala jsem, že dospívající ocení možnost anonymity dotazníku, která jim umožní svobodně projevit své názory bez obav ze sankcí. To se mi potvrdilo i při předvýzkumu, který neprobíhal anonymně, a účast (možná právě z tohoto důvodu) nebyla vysoká. Odpovědi na anketní otázky byly zasílány e-mailem nebo přes sociální síť Facebook³⁰ (ve většině případů jsem měla možnost vidět jméno odesílatele).

Dalším důvodem pro volbu dotazníku byla možnost získat odpovědi většího počtu respondentů, než je to možné u jiných výzkumných technik, a také předchozí zkušenost s technikou dotazníku v mé bakalářské práci.

Dotazník (viz příloha č. 4) se skládal z deseti položek, přičemž polovinu z nich tvořily uzavřené otázky, čtyři otázky potom byly polouzavřené³¹ a jedna polouzavřená parametrická (klasifikační). Zařadila jsem minimum identifikačních otázek (např. na třídu, kterou žák

³⁰ Anketa byla zvolena také právě pro možnost jejího distribuování po sociálních sítích.

³¹ Jedna z otázek měla charakter otázky otevřené, ale zařazuji ji mezi polouzavřené, protože respondenti měli za úkol napsat počet (přičemž bylo na nich, zda bude přesný nebo přibližný).

navštěvuje) z důvodu zachování anonymity respondentů a kvůli obtížím při domluvě se školami. Vedení škol mělo obavy z toho, aby dotazník nebyl příliš intimní, a požadovalo také co nejkratší dobu k vyplňování.

3.5 Popis empirického šetření

3.5.1 Výzkumný soubor a vzorek

Pro empirické šetření byl vybrán region Turnovska. Základní soubor tvoří všichni dospívající žijící v Turnově a blízkém okolí. Záměrným výběrem byl určen výzkumný vzorek, který se skládá z žáků devátých tříd třech základních škol v Turnově. Turnovsko bylo zvoleno z důvodu dobré znalosti místních podmínek a také z důvodů organizačních.

K 31.12.2010 mělo město Turnov, nacházející se v Libereckém kraji, 14 387 obyvatel (viz 1. Český statistický úřad, 2011, online). Bohužel nejsou k dispozici přesné údaje o počtu dospívajících ve věku 14-16 let (žáci devátých tříd) žijících na Turnovsku.³²

V Turnově je šest základních škol:

- ↳ Základní škola Turnov, Skálova 600 (dále I. ZŠ) – 3 deváté třídy ve školním roce 2010/11,
- ↳ Základní škola Turnov, 28. října 18 (dále II. ZŠ) – 3 deváté třídy ve škol. roce 2010/11,
- ↳ Základní škola Turnov, Žižkova 518 (dále III. ZŠ) – 2 deváté třídy ve škol. roce 2010/11,
- ↳ Základní škola Turnov - Mašov, U školy 56 (pro žáky 1.-5. tříd),
- ↳ Základní škola speciální a mateřská škola speciální, Kosmonautů 1641³³,
- ↳ Základní škola v Turnově a Speciálně pedagogické centrum, Sobotecká 242³⁴.

Byly vybrány první tři základní školy z tohoto seznamu, protože jejich žáci nejlépe odpovídali základnímu souboru (tj. všem dospívajícím žijícím na Turnovsku). Tyto základní školy navštěvují i žáci z okolních obcí, proto postihují region Turnovska, ne pouze město Turnov.

počet/škola	žáků devátých tříd	rozdaných	dotazníků	dotazníků zařazených
-------------	--------------------	-----------	-----------	----------------------

³² Český statistický úřad uvádí toto věkové rozdělení: k 31.12.2010 žilo v Turnově 1 981 dětí ve věku 0-14 let a 1 753 v rozmezí 15-24 let (srov. s el. zdroj č. 1).

³³ Tato škola je určena dětem s těžkým až hlubokým mentálním postižením v kombinaci s tělesným postižením, autismem nebo se smyslovými vadami.

³⁴ Zřizovatelem této školy není město Turnov, ale Liberecký kraj, jedná se o organizaci pro žáky se speciálními vzdělávacími potřebami.

	jednotlivých škol	dotazníků	zařazených do zpracování	do zpracování (v %)
I. ZŠ	66	58	21	36%
II. ZŠ	78	68	45	66%
III. ZŠ	33	26	14	54%
celkem	177	152	80	53%

Tabulka 2- Základní údaje dotazníkového šetření.

V tabulce č. 2 jsou shrnuty základní údaje dotazníkového šetření. Do zpracování bylo zařazeno celkem 80 žáků devátých tříd z Turnovska, což představuje významný podíl ze základního souboru. Srovnání škol není účelem šetření (už z důvodu nepoměru počtu respondentů), přesto budou rozdíly pro úplnost uváděny.

3.5.2 Průběh šetření

Pro předvýzkum byla použita anketa (viz příloha č. 3), která byla distribuována elektronicky v první polovině dubna 2011. Zúčastnilo se 8 spolupracujících dospívajících, kteří odpovídali na tři otázky ohledně sociálních sítí na internetu: „Co ti přináší sociální sítě (např. Facebook, Lide.cz atd.)?“ „Co pro tebe znamenají?“ „V čem vidíš negativa sociálních sítí pro svůj život?“ Odpovědi na tyto otázky tvořily významný zdroj podnětů pro tvorbu dotazníku.

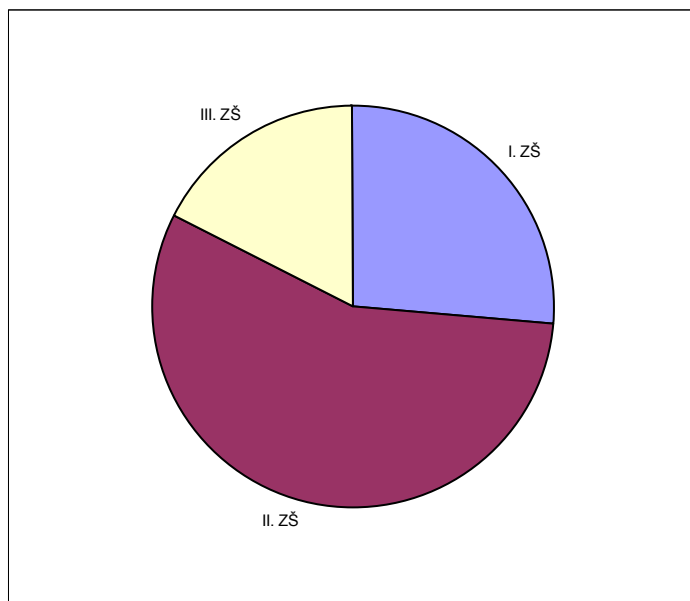
Administrace dotazníků na jednotlivých základních školách proběhla, po předchozí telefonické a e-mailové domluvě s vedením škol, během května 2011. Nejdříve jsem navštívila II. ZŠ. Paní zástupkyně mi nabídla, že dotazníky by mohli distribuovat učitelé během hodin suplování. Dotazníky jsem zde proto zanechala v období od 4. do 23. května. Po schůzce s ředitelem I. ZŠ 9. května jsem zde dotazníky o týden později (16.5.) zadávala osobně v jednotlivých třídách během výuky. Stejný způsob administrace proběhl i na III. ZŠ, a to 23.5.2011.

Vzhledem ke způsobům distribuce lze návratnost dotazníků označit jako stoprocentní. Co se týče procenta dotazníků nevhodných ke zpracování pro jejich neúplnost nebo špatně vyplněné otázky, bylo předpokladem, že bude vzhledem k povaze výzkumného vzorku (dospívající) vyšší. Ze zpracování však musela být vyřazena téměř polovina rozdaných dotazníků (jak lze vidět v tabulce č. 2). Z tohoto důvodu zůstala nejpočetnější skupina z II. ZŠ³⁵, kde bylo potřeba vyloučit nejméně dotazníků (viz graf č. 1). Důvodem vysokého počtu nesprávných odpovědí může být nízká motivace respondentů k přesnému vyplnění položek a následné chyby, vznikající z nepozornosti, ale také záměrná sabotáž aktivity, která je pro ně

³⁵ Přestože tato skupina byla podobně početná jako ta z I. ZŠ (viz tabulka č. 2).

neatraktivní. Problematická byla především položka číslo devět, která vyžaduje více soustředění než ostatní otázky. Chyby a neúplnosti se však vyskytovaly v celé baterii otázek.

U pěti otázek dostali respondenti možnost dopsat svoji vlastní variantu odpovědi. Využili toho však minimálně. Z toho vyplývají dvě možná vysvětlení – nabízené odpovědi dobře vyhovovaly tomu, co chtěli zkoumaní vypovědět nebo neměli potřebu projevit v dotazníku vlastní invenci.

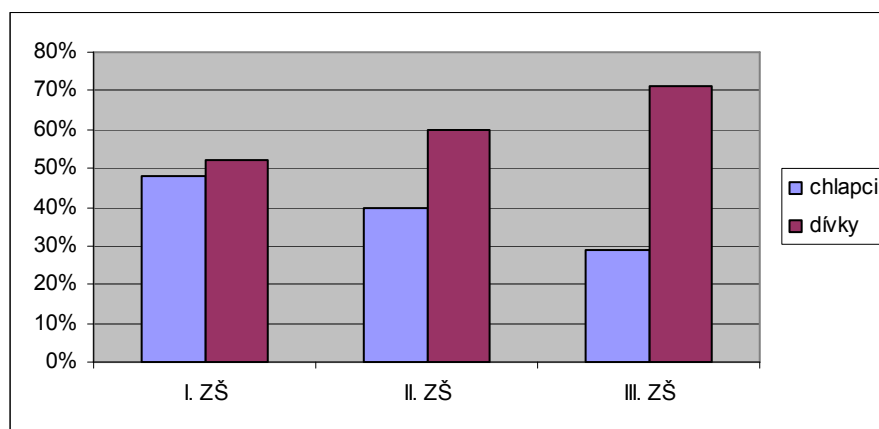


Graf 1 – Podíl respondentů z jednotlivých škol.

3.6 Vyhodnocení výstupů empirického šetření a interpretace dat

Otázka č. 1: „Jaké je vaše pohlaví?“

První otázka se týkala pohlaví respondentů. Graf č. 2 ukazuje podíl zastoupení chlapců a dívek u jednotlivých podsouborů. U I. ZŠ byl podíl chlapců a dívek téměř totožný. Rozdíl se projevil u II. ZŠ (40% chlapců, 60% dívek) a ještě výrazněji u souboru nejmenšího, III. ZŠ (29% chlapců a 71% dívek).



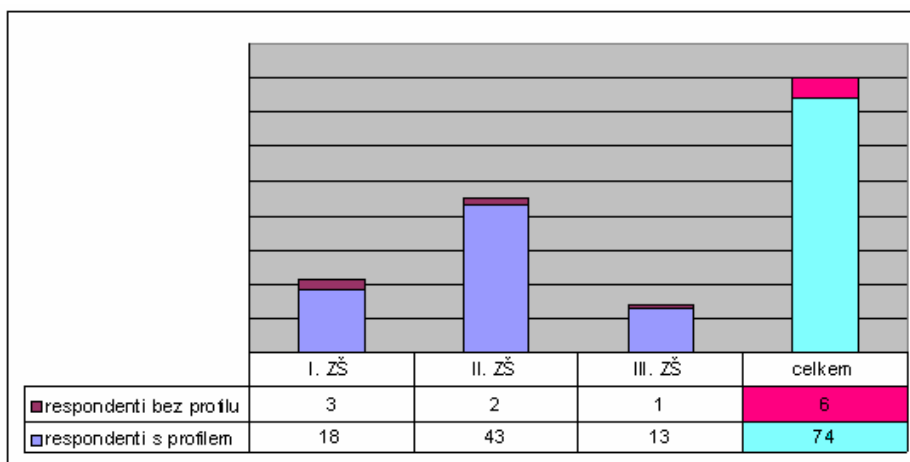
Graf 2 – Rozložení respondentů podle pohlaví.

Celkový podíl chlapců a dívek ve výzkumném vzorku byl 4 ku 6 ve prospěch dívek (tj. 32 chlapců a 48 dívek), což odpovídá obecně vyššímu počtu žen v populaci. Údaj o podílu zastoupení jednotlivých pohlaví je pouze dokreslující charakteristikou výzkumného vzorku (nejde o skutečné zastoupení pohlaví žáků devátých tříd v jednotlivých školách)³⁶.

Otázka č. 2: „Máte profil na některé ze sociálních sítí?“

Tato otázka měla v dotazníku rozřazovací funkci, tj. respondenti se touto položkou rozdělili na dvě skupiny: dospívající s profilem na sociální síti a dospívající, kteří nemají profil na žádné ze sociálních sítí. Pokud respondent neměl svůj profil na žádné ze sociálních sítí, byl požádán, aby ukončil vyplňování dotazníku. Zbývající položky dotazníku se týkaly pak už jen skupiny s profilem.

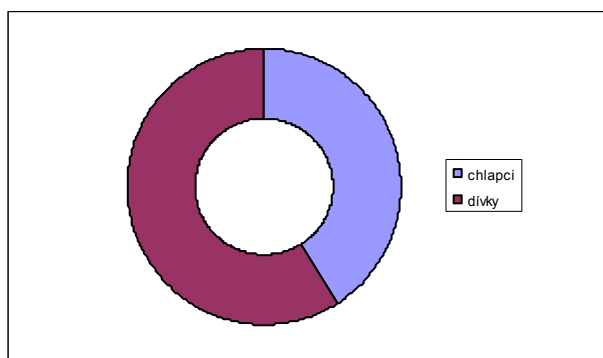
³⁶ Dotazníkové šetření bylo sice prováděno téměř se všemi žáky devátých tříd jednotlivých škol, avšak kvůli nesprávnému vyplnění dotazníků mohla být použita data jen zhruba poloviny těchto respondentů.



Graf 3 – Rozdělení respondentů podle toho, zda vlastní profil na internetové sociální síti.

Jak lze vidět na grafu č. 3, je podíl respondentů zaregistrovaných na některé ze sociálních sítí absolutně převládající a u jednotlivých škol nebyly zjištěny žádné výrazné rozdíly. Celkově skupinu vlastníci profil na internetové sociální síti tvoří 74 dospívajících, což je téměř 93%. Tento údaj jen mírně převyšuje počet 90% registrací na sociálních sítích u 13-16letých v České republice zjištěný výzkumným projektem EU Kids Online. (viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, www dokument, s. 1)

Co se týče pohlaví respondentů, v obou skupinách (s profilem na sociální síti i bez profilu) se zachovala převaha dívek³⁷. Graf č. 4 ukazuje podíl zastoupení jednotlivých pohlaví u skupiny s profilem, ke které byly směřovány všechny zbývající otázky dotazníku. Jde o 41% chlapců a 59% dívek.



Graf 4 – Podíl chlapců a dívek vlastníci profil na sociální síti.

Otázka č. 3: „Označte prosím všechny webové stránky, které využíváte.“

Další položka zjišťuje, jaké webové stránky s charakterem sociální sítě respondenti využívají. Konkrétní využívané sociální sítě lze vidět na grafu č. 5. Všichni oslovení mají svůj

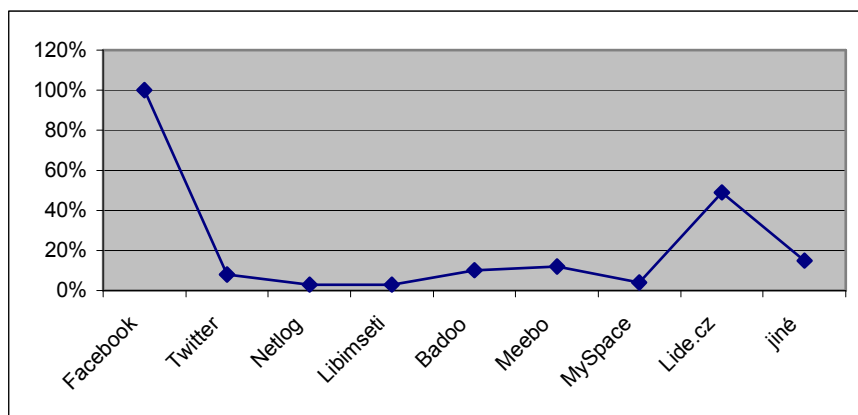
³⁷ U výrazněji méně početné skupiny respondentů bez profilu se objevili 4 dívky a 2 chlapci.

profil na síti Facebook, která je nejvyužívanější webovou stránkou tohoto druhu v České republice i ve světě. Stoprocentní přítomnost respondentů na Facebooku převyšuje o 9% výsledky výzkumu EU Kids Online. Podle tohoto výzkumu je totiž na Facebooku 91% 13-16letých českých dospívajících, kteří vlastní profil na některé ze sociálních sítí. (viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, [www dokument](#), s. 13)

Další nejvyužívanější síť je u tohoto vzorku Lide.cz, navštěvuje ji 36 respondentů (téměř 50%). Významnější podíl vykazují ještě síť Meebo (12%), Badoo (10%) a Twitter (8%).

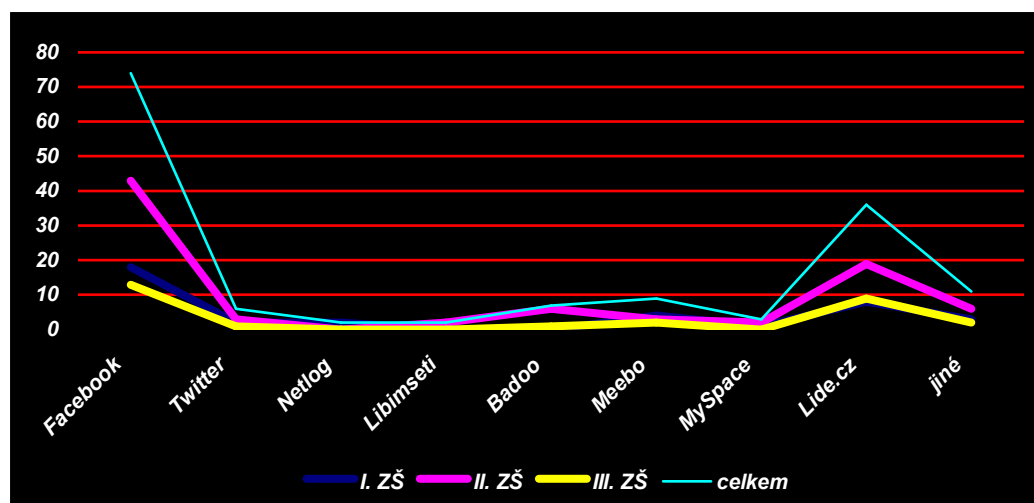
V položce *jiné* se objevily portály Hotnot, GamePark, Skype a ICQ. Hotnot je česká sociální síť zaměřená především na seznamování, funguje zde také hodnocení fotografií jako na Líbím se ti. GamePark je online herní server, který ale umožňuje např. i blogovat. Podle údajů na svých webových stránkách (viz GamePark, 2011, online), eviduje přes 1 milion [200](#) tisíc registrovaných uživatelů, kteří zde vystupují pod svými přezdívkami. I bez zaregistrování lze vidět údaj o tom, kolik uživatelů je právě do her zapojeno. Jedná se celkem o vysoká čísla. Např. v tuto chvíli (jsou zhruba 4 hodiny odpoledne) hraje asi třináct set hráčů online hry (tj. proti *živým* protihráčům), asi sto hráčů flash hry (jednoduché hry, které nevyžadují žádnou instalaci) a dokonce 510 a půl tisíce hráčů se věnuje hrám webovým. Existuje zřejmě hodně těch, kteří neodolají nabídce: „Netřeba nic instalovat, jen se zaregistrujete, vytvoříte postavu a můžete vstoupit za ostatními hráči do obrovského virtuálního světa.“ (GamePark, 2011, online)

Skype a ICQ jsou prostředky pro komunikaci, zdaleka ne tak komplexní jako sociální síť. Skype je program umožňující bezplatné telefonování prostřednictvím internetu a ICQ je software pro instant messaging (více viz příloha č. – slovník použitých pojmů).



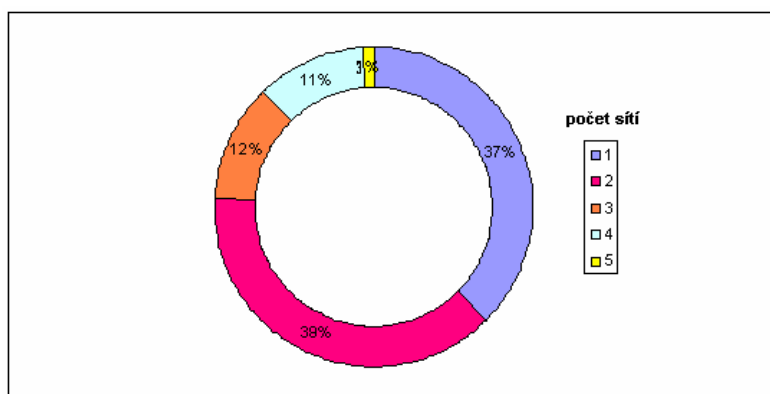
Graf 5– Procentuální vyjádření využívaných sociálních sítí na internetu.

Zastoupení jednotlivých sociálních sítí na školách je obdobné, jak lze vidět na grafu č. 6. Zde je významný pouze vyšší podíl výskytu sítě Badoo u respondentů z II. ZŠ - skoro 14%, což představuje 8 % z celého zkoumaného vzorku.



Graf 6 Podíl využívaných sociálních sítí na internetu u jednotlivých škol.

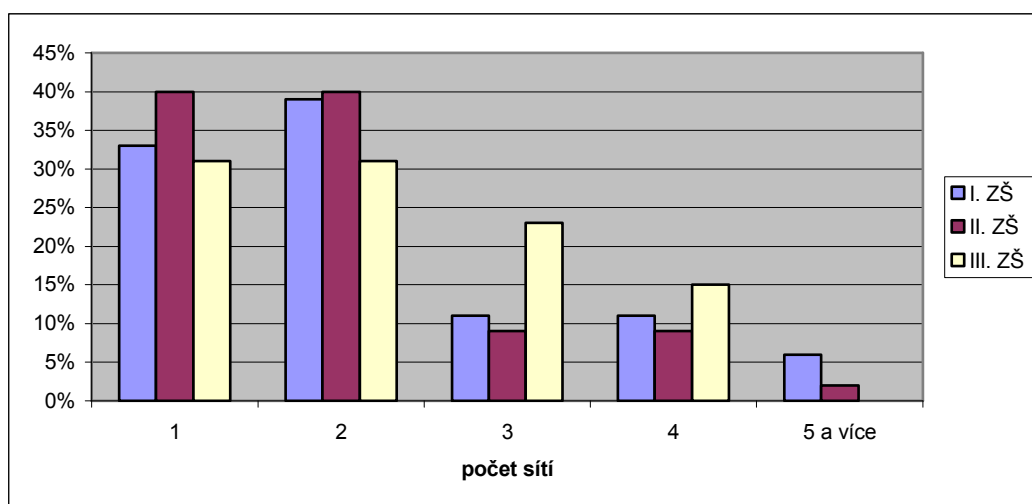
Další zajímavou charakteristikou, kterou poskytují data z otázky č. 3, je počet využívaných sociálních sítí. Z grafu č. 7 vyplývá, že počet uživatelů jedné sítě je téměř totožný jako u sítí dvou (27 a 28 respondentů, tj. 37% a 38%). Se zvyšujícím se počtem navštěvovaných sítí se razantně snižuje počet jejich uživatelů. Procento respondentů u třech a čtyřech sítí je opět obdobné (tj. 12% a 11%, 9 a 8 respondentů). Počet respondentů využívajících 5 sítí a více je zanedbatelný (pouhá 3%, což představuje 2 respondenty). Důvodem může být to, že obhospodařování velkého množství sociálních sítí není pro uživatele moc výhodné. Na sociální síti typu Facebook či Twitter si musí osoba vytvořit svůj okruh přátel, který potom využívá hlavně k získávání informací o těchto lidech a ke komunikaci s nimi. Obě tyto aktivity jsou časově náročné, proto dospívající volí nejčastěji jednu nebo dvě sociální sítě, na které se připojují. Navíc se dospívající sdružují na vybraných, obecně oblíbených serverech, kde vyhledávají svoje spřízněnce.



Graf 7 – Procentuální vyjádření počtu využívaných sociálních sítí.

Graf č. 8 podrobně ukazuje zastoupení počtu používaných sociálních sítí u respondentů podle jednotlivých podsouborů (základních škol). Nejvíce dospívajících využívajících pouze jednu síť nalezneme u skupiny z II. ZŠ (40%), přičemž totožný počet dospívajících z této třídy využívá dvě sítě najednou. Stejný případ nastává i u III. ZŠ, kde je počet respondentů s jednou i dvěma sítěmi totožný, a to 31%. U I. ZŠ převažuje počet uživatelů připojených na dvě sítě (39%) oproti těm, kteří participují na síti jedné (33%).

Největším procentem u třech využívaných sítí disponuje podsoubor III. ZŠ (23%), který má zároveň největší zastoupení i u uživatelů čtyř sítí (15%). Procento používání třech a čtyřech sítí je u I. a II. ZŠ totožný – tj. tři sítě 11%, čtyři sítě 9%.



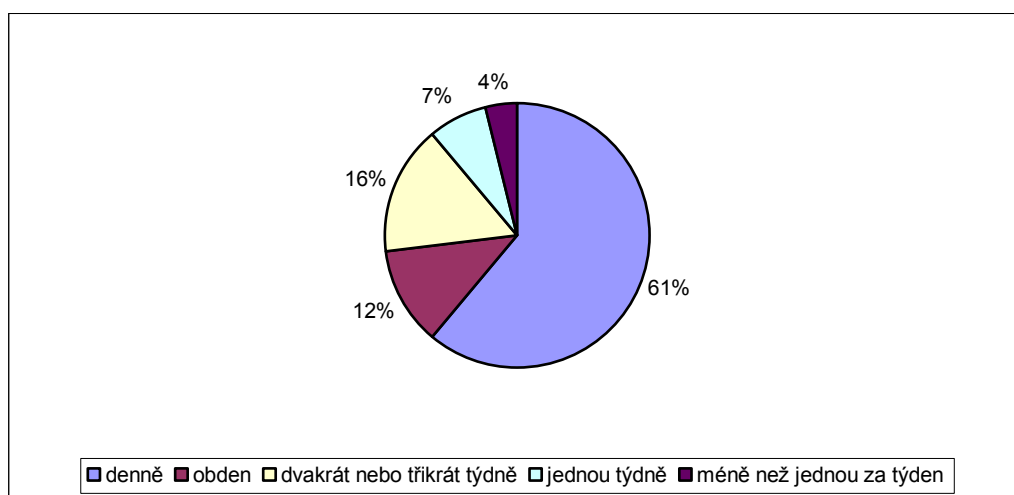
Graf 8 – Vyjádření počtu využívaných sítí dle jednotlivých škol.

Otázka č. 4: „Jak často se připojujete na některou ze sociálních sítí?“

V otázce týkající se četnosti přístupů na sociální sítě si respondenti museli zvolit jednu z těchto možností: denně, obden, 2x nebo 3x týdně, jednou týdně a méně než jednou za týden. V grafu č. 9 je poté možno vyčíst podíl jednotlivých variant četnosti připojování. Naprosto převažuje podíl těch, kteří se připojují denně (45 respondentů, 61%), další významnou skupinou jsou dospívající využívající sociální sítě několikrát týdně (12 respondentů, 16%) a poslední silnou skupinu tvoří 9 respondentů připojujících se obden (12%).

Četnosti připojování dospívajících na sociální sítě dle jednotlivých zkoumaných podsouborů základních škol jsou uvedeny v tabulce č. 3. V případě každodenního připojování se významné rozdíly mezi školami nevyskytují, avšak u připojování obden disponuje II. ZŠ téměř dvakrát vyšším počtem respondentů než dvě školy zbývající (16% oproti 6% a 8%). U připojování se 2x až 3x týdně mírně převyšuje podíl žáků z I. ZŠ (22% oproti 14% a 15%). U posledních dvou položek (1x týdně a méně než 1x za týden) jsou čísla obdobná u všech tří

podsuborů. Nulové procento u připojování se jednou týdně III. ZŠ nepovažují za relevantní, protože je tento podsubor nejméně početný (tj. 13 respondentů, kteří mají profil na sociální síti). Celkově by se dalo říci, že po nejvyhledávanějším připojování se denně nastává celkem vysoký propad na úkor obdenního navštěvování sociálních sítí, ale četnost se opět zvýší u připojování se několikrát týdně.



Graf 9 – Procentuální vyjádření četnosti připojování se na sociální síť.

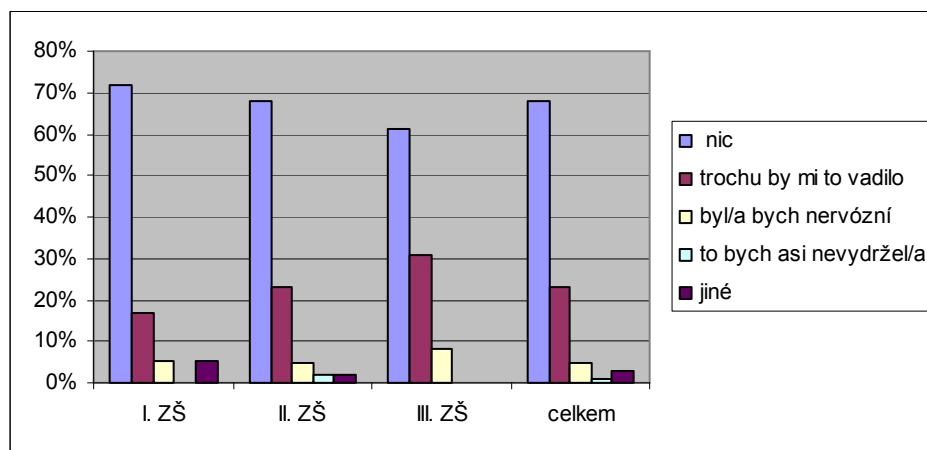
četnost připojení	I. ZŠ	II. ZŠ	III. ZŠ
denně	61%	58%	69%
obden	6%	16%	8%
2x nebo 3x týdně	22%	14%	15%
1x týdně	6%	9%	0%
méně než 1x týdně	6%	3%	8%

Tabulka 3 - Četnost připojení se na sociální síť dle jednotlivých škol.

Otázka č. 5: „Co by se stalo, kdybyste nemohli dva dny jít na vaši oblíbenou sociální síť?“

Data z této položky poskytují vodítko k významu (důležitosti) sociálních sítí pro jejich dospívající uživatele. Respondenti měli za úkol vybrat si jednu ze čtyř nabízených možností. Pokud nezvolili žádnou z nich, napsali odpověď vlastní (viz graf č. 10). U všech tří škol se objevil podobný poměr odpovědí. Oproti očekávané vysoké potřebě dospívajících být ve spojení se svými vrstevníky však převažovala odpověď *nestalo by se nic* (50 respondentů, 68%). Že by jim odloučení od internetového společenství *trochu vadilo*, přiznalo už o poznání méně osob (17 respondentů, což je 23%). Dalších 5% respondentů zadrželo možnost *byl/a bych nervózní*. To, že by bez sociální sítě dva dny *asi nevydržel*, uvedl překvapivě pouze jeden

respondent. Tyto výsledky silně kontrastují s obecným přesvědčením, že dospívající musí být neustále online. Další otázkou však také zůstává, zda respondenti nevidí žádný problém v absenci připojení se na sociální síť, protože mohou využívat jiné komunikační kanály (především mobilní telefony a e-mailovou poštu). Případně by mohla být doba dvou dnů příliš krátká na to, aby dospívající začal pociťovat úzkost z nemožnosti dostat se na sociální síť.

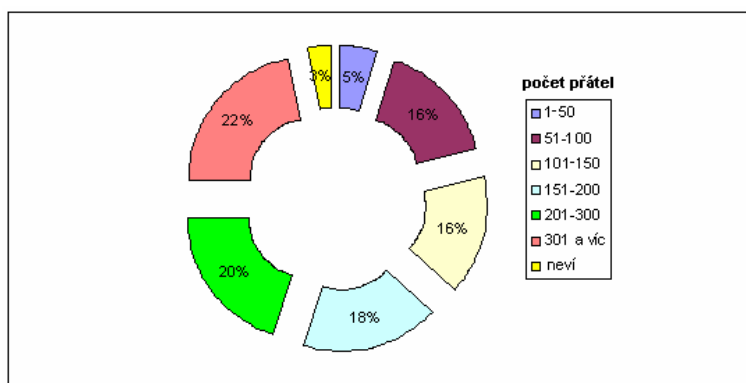


Graf 10 – Podíl jednotlivých odpovědí na to, co by se stalo, kdyby se respondent nemohl dva dny připojit na svou oblíbenou sociální síť.

Otázka č. 6: „Kolik přátel máte na svém profilu?“

Touto otázkou byl zjišťován počet *přátel*, které má respondent na sociální síti (pokud je připojený na více sítích, měl vybrat pouze jednu). Počet *přátel* vyjadřuje, kolik lidí má uživatel sociální sítě v *seznamu přátel* na svém profilu. *Přátelé* jsou lidé, kteří jsou připojeni na stejné sociální síti a souhlasili s tím, že si je uživatel do tohoto seznamu přidá. V případě Facebooku sdílí uživatel a jeho *přátelé* Hlavní stránku. Jedná se o jakousi nástěnku, na které mohou navzájem sledovat svoje aktivity na sociální síti.

Respondenti uváděli přímo číslici nebo alespoň přibližný počet *přátel*. Na základě jejich odpovědí byla vytvořena následující škála (viz graf č. 11). Nejvyšší procento respondentů má na svém profilu na sociální síti 300 *přátel* a více. Jedná se o 16 dospívajících (22%), přičemž nejvyšší uvedený počet *přátel* byl 450. Téměř totožné zastoupení má hned vedlejší kategorie - počet *přátel* v rozmezí 201 až 300 uvedlo 15 respondentů (20%). Následuje kategorie 151 až 200 přátel, do které se řadí 13 zkoumaných, tedy 18%. Po 12 respondentech (16%) mají shodně kategorie 101 až 150 a 51 až 100 *přátel*. Pod 50 *přátel* mají na svém profilu na sociální síti jenom 4 respondenti, což je 5% z celkového počtu respondentů připojujících se na sociální síť. Na přesný ani přibližný počet si nevzpomněli pouze dvě osoby.



Graf 11 – Grafické vyjádření vytvořené škály počtu *přátel* respondentů na sociální síti

Jako průměrný počet *přátel* svých uživatelů uvádí Facebook na svých oficiálních stránkách číslo 130. (Viz Facebook – statistika, 2011, online) V mém šetření měli respondenti v průměru 176 *přátel*. I když je tento počet pouze přibližný (protože ne všichni uváděli přesné číslo a dva respondenti si počet nevybavili vůbec), je to velmi zajímavý údaj. Co se týče jednotlivých škol, byl tento průměr u I. ZŠ 164, u II. ZŠ 153 a u žáků ze III. ZŠ dokonce 210 *přátel*. V podstatě lze říci, že většina uživatelů (konkrétně 72%) je v počtu svých přátel silně nadprůměrná. Já jsem však vyšší číslo předpokládala, protože vyplývá z charakteristiky zkoumaného vzorku dospívajících (údaj o 130 kontaktech zahrnuje všechny uživatele této sociální sítě, tedy zhruba 800 milionů lidí³⁸).

Evropský výzkum EU Kids Online z první poloviny roku 2010 označil počet přátel na sociální síti nad 100 jako rizikový faktor. Takovýchto českých uživatelů ve věku 13-16 let je 33%. (Viz Livingstone, Ólafsson, Staksrud, 2011, www dokument, s. 8) V mém šetření zahrnujícím obdobnou věkovou skupinu (žáci devátých tříd, tedy 15 nebo 16 let) je toto číslo mnohonásobně vyšší – více jak sto přátel na sociální síti má zhruba 80 procent respondentů.

Z odpovědí vyplynula i další charakteristika, která byla volbou formy této otázky také sledována (rozpracováno v tabulce č. 4). Respondentům byla ponechána určitá volnost v tom, jak mohou své odpovědi uvádět (tj. přesný nebo přibližný počet *přátel*). V tabulce č. 4 je uvedeno, kolik procent respondentů jasně uvedlo, že se jedná o hrubý počet, tj. před číslici dopsali *cca*, *asi* atp. Přibližný počet uvedlo celkem 25 respondentů (34%). V potaz je třeba brát i vysoký podíl 48% dotazovaných (35 osob), kteří počet *přátel* zaokrouhlili na desítky či stovky.³⁹ Není jisté, zda zaokrouhlovali proto, že přesný počet neznali (jasně to neuvedli), ale je to velmi pravděpodobné. Většina respondentů (82%) nezná nebo nepovažuje za podstatné

³⁸ Tento údaj viz Facebook – statistika, 2011, online.

³⁹ nejčastěji na 100

uvádět přesný (tj. v řádu jednotek) počet *přátel* na svém profilu na sociální síti. Nejvíce z nich (tj. 45% z celkového počtu respondentů) se objevilo v podsouboru II. ZŠ.

Tento jev může také být způsoben tím, že počet *přátel* se často mění, a proto si dospívající nepamatují, jestli mají na svém profilu např. 93 nebo 106 *přátel*. Navíc se našlo jen málo těch, kteří by neměli o tomto počtu ani tu nejmenší představu.

Konkrétní počty *přátel*, které respondenti uvedli, jsou k nahlédnutí v grafech v příloze č. 5. Pro lepší přehlednost má každý podsoubor (škola) svůj vlastní graf.

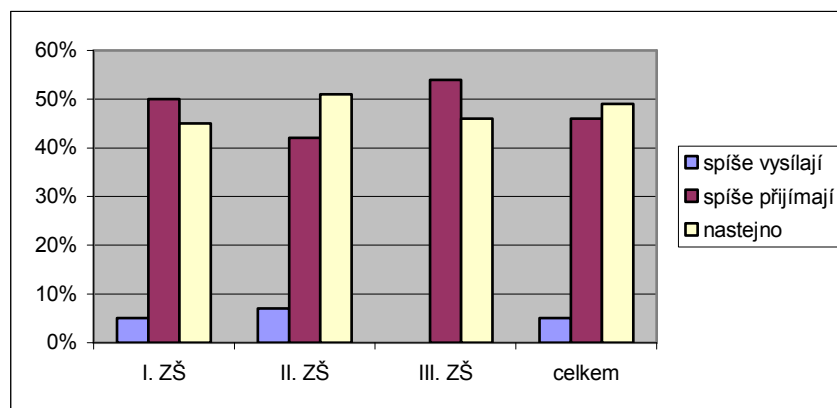
počet respondentů v procentech, kteří... / škola	I. ZŠ	II. ZŠ	III. ZŠ	celkem
... jasně uvedli, že se jedná o přibližný počet <i>přátel</i> na sociální síti	16%	12%	6%	34%
... uvedli počet <i>přátel</i> v desítkách či stovkách	7%	33%	8%	48%
celkem	23%	45%	14%	82%

Tabulka 4 – Počet respondentů, kteří neuvedli přesný počet *přátel* na svém profilu.

Otázka č. 7: „Zakroužkujte jednu možnost, která odpovídá pravdě:

- a) na sociální síti jsem většinou já ten/ta, který/a **žádá o přátelství**
- b) na sociální síti jsem většinou já ten/ta, který/a **přijímá žádosti o přátelství**
- c) je to zhruba nastejno.“

Sedmá otázka dotazníku byla určena pro rozdělení respondentů do skupin podle toho, zda žádosti o přátelství spíše iniciují, akceptují nebo jsou u nich tyto činnosti zastoupeny přibližně ve stejné míře. Pro tyto účely byli respondenti označeni jako *vysílači* a *přijímači přátelství*. Jak ukazuje graf č. 12, počet respondentů, kteří se považují za *vysílače přátelství*, je oproti dalším kategoriím nepatrný (pouhých 5%, 4 dotazovaní). *Přijímačů přátelství* oproti tomu bylo ve vzorku 34, tedy 46%. Ve skupině respondentů, kteří zhruba stejně často *přijímají* i *vysílají* žádosti o *přátelství* (tedy o zařazení do seznamu *přátel*) na sociální síti se objevilo 36 osob (49%), téměř stejně jako *přijímačů*.



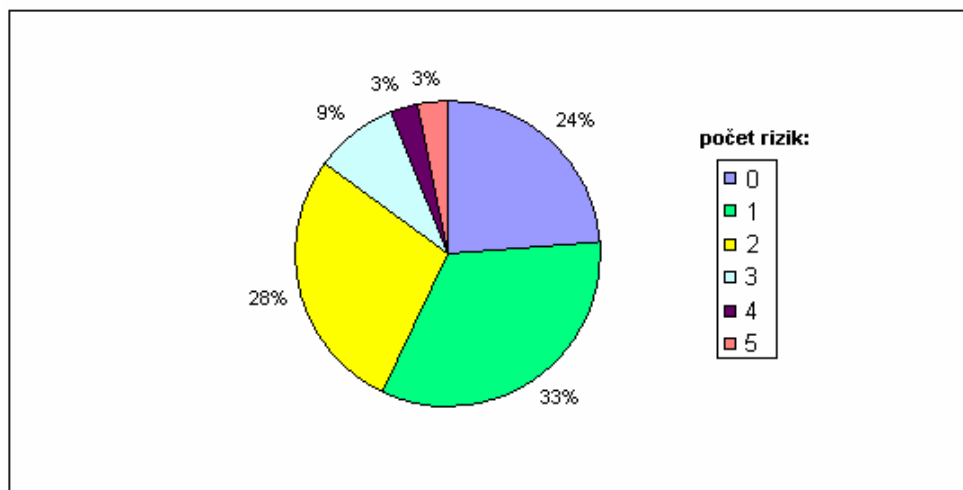
Graf 12 – Vyjádření *vysílačů* a *přijímačů přátelství* u jednotlivých podsouborů.

Jak lze dále vidět na grafu č. 12, u I. a III. ZŠ mírně převyšoval počet vysílačů nad těmi, kteří zhruba nastejno *přijímají* i *vysílají*. U žáků z II. ZŠ tomu bylo naopak. Celkově se ale mezi podsoubory žádné výrazné rozdíly neukázaly.

Otázka č. 8: „Zakroužkujte všechna tvrzení, která jsou pravdivá (= už jste to **na sociální síti** zažili nebo zažíváte).“

Tato položka byla zaměřena na různá rizika (včetně neblahých dopadů na komunikaci), se kterými se mohou uživatelé sociálních sítí setkat. Respondentům bylo předloženo devět možností (zde pro přehlednost nazývaných rizika), přičemž dotazovaným byla opět ponechána možnost vepsat variantu vlastní. Položka byla konstruována tak, že pokud dotazovaný neoznačil žádnou z možností, vyjádřil tím, že se nesetkal na sociální síti s žádným z uvedených rizik ani s podobnou situací, kterou by považoval za nepříjemnou.

Počet zvolených možností nebyl nijak limitován, přesto jich nebylo označeno více než 5 najednou. Z grafu č. 13 je patrná převaha respondentů, kteří označili riziko jedno, tj. 33%, 24 osob. Se dvěma nepříjemnými situacemi nebo důsledky využívání sociálních sítí ke komunikaci se setkala jen o několik procent méně dospívajících (28%, 21 osob). Zajímavé je, že 18 dotazovaných (24%) neoznačilo možnost žádnou, tudíž lze předpokládat, že co se týče sociálních sítí, nemají (zatím)⁴⁰ žádnou negativní zkušenost. Tři rizika uvedlo už o poznání méně dospívajících – 9%, což je 7 osob. Pouze dva respondenti označili čtyři rizika, u pět rizik to bylo stejné.



Graf 13 – Procentuální vyjádření rizik, která respondenti zažili nebo zažívají ve spojitosti se sociálními sítěmi na internetu.

⁴⁰ Někteří respondenti mohou být uživateli sociální sítě krátce nebo se na sociální síť nepřipojují tak často. Ale i pokud by tomu tak nebylo, neznamená to, že je toto prostředí vysoce rizikové. Některá svá specifická rizika však samozřejmě nese.

V tabulce č. 5 jsou uvedeny varianty, které respondenti dostali na výběr, v pořadí od nejčastěji označované *někdo mi prostřednictvím sociální sítě lhal* (28 výskytů) až po možnosti uvedené pouze jednou: *stal/a jsem se terčem posměchu* a *jiné*. Položku *jiné* někteří respondenti využili k uvedení toho, že na sociální síti nezažili z nabízených možností *nic* (z čehož byla vytvořena zvláštní kategorie, a tyto odpovědi proto do položky *jiné* nebyly zařazeny). Jeden dotazovaný však do položky *jiné* vepsal zkušenost, kterou lze považovat, co se týče negativních zkušeností na internetu, za vážnou. Bylo to: „Někdo si založil účet pod mým jménem.“

U zkoumaného vzorku 74 respondentů majících profil na sociální síti se objevilo celkem 105 rizik⁴¹. V průměru se tedy každý z respondentů setkal minimálně s jedním rizikem (tj. 1,4 rizik na osobu). V tabulce č. 5 jsou rozepsány výskyty rizik i pro jednotlivé podsoubory, vzhledem k rozdílné velikosti těchto souborů je však podstatný především sloupec *celkem*. Nejčastěji označovaným bylo lhaní, což je obecně častý jev v internetové komunikaci (především v případě chatů). 23 dotazovaných uvedlo, že s kamarády komunikují častěji po internetu než osobně, což může mít spojitost s položkou *už si toho nemám s kamarády tolik co říct, když si vše píšeme*, kterou uvedlo 15 dotazovaných. Pod tlakem z toho, že musí odepisovat atp., se ocitlo nebo ocitá 13 dospívajících. Z vážnějších rizik se vyšší počet výskytů objevil u položky *někdo mě přes sociální síť obtěžoval* (uvedlo 16 respondentů). Další závažnější nabídnuté situace spojené se sociálními sítěmi příliš frekventované nebyly: u dvou zkoumaných osob někdo zneužil jejich údaje, dva respondenti se cítili na sociální síti ohroženi a jeden člověk se stal terčem posměchu. Čtyři respondenti také pociťují ztrátu soukromí.

riziko / počet respondentů	I. ZŠ	II. ZŠ	III. ZŠ	celkem
někdo mi prostřednictvím sociálních sítí lhal	5	18	5	28
místo osobního setkání si častěji s kamarády povídám online	4	16	3	23
nic	7	8	3	18
někdo mě přes sociální síť obtěžoval	1	11	4	16
už si toho nemám s kamarády tolik co říct, když si vše píšeme	4	9	2	15
cítil/a jsem se pod tlakem (že musím odepisovat, reagovat, ...)	4	7	2	13
ztratil/a jsem soukromí	1	2	1	4
došlo ke zneužití mých údajů nebo fotek		1	1	2
cítil/a jsem se ohrožená		2		2
stal/a jsem se terčem posměchu		1		1
jiné		1		1

Tabulka 5 – Počet výskytů jednotlivých rizik u respondentů.

⁴¹ tj. součet všech označených rizik

Otázka č. 9: „Co je pro vás na sociálních sítích nejdůležitější?“

U této otázky měli respondenti za úkol přiřazovat čísla od 1 do 11 nebo 12⁴² k předloženým možnostem. Číslo 1 představovalo položku pro respondenta nejdůležitější a 11 nebo 12 výrok s nejmenším významem. Nabídnuté varianty vyjadřují určitou činnost, kterou lze na sociální síti provádět a v jednom případě *možnost* (tj. *možnost dozvědět se o různých událostech*).

V tabulce číslo 6 jsou seřazeny jednotlivé aktivity podle průměrných známek, vypočítaných z preferencí respondentů. Mezi jednotlivými podsoubory se nevyskytly žádné výrazné rozdíly. Za nejdůležitější dospívající považují komunikaci s kamarády⁴³, které osobně vidají zřídka (průměr 2,15). Dále následuje plánování společných aktivit (známka 4,15). Podobné ohodnocení získalo i dozvídání se novinek a prohlížení fotek kamarádů, se kterými se osobně vidají zřídka (známka 4,39). Následovala komunikace s kamarády, které osobně vidají respondenti často (průměr 4,6). Možnost dozvědět se o různých událostech (např. o koncertech) si respondenti cení na průměrnou známku 5,7.

aktivita na sociální síti / průměrná známka	I. ZŠ	II. ZŠ	III. ZŠ	celkem
komunikace s kamarády, které osobně vidám jen zřídka	2,00	2,33	1,77	2,15
plánování společných aktivit s přáteli	4,39	3,95	4,46	4,15
dozvídání se novinek a prohlížení fotek přátel, se kterými se osobně vidám zřídka	4,33	4,61	3,77	4,39
komunikace s kamarády, které osobně vidám často	3,22	5,19	4,54	4,60
možnost dozvědět se o různých událostech (např. o koncertech)	6,00	5,68	5,39	5,70
dozvídání se novinek a prohlížení fotek přátel, se kterými se osobně vidám často	5,56	6,72	6,92	6,47
seznamování se s novými lidmi	6,89	6,91	7,08	6,93
nezávazné povídání	7,89	6,79	7,15	7,12
sdílení informací ohledně školy (např. taháků)	8,72	6,42	7,39	7,15
sdělování mých pocitů a názorů ostatním	8,83	7,51	8,46	8,00
jiné		5,00	11,00	8,00
hraní her a používání aplikací	8,33	9,95	9,15	9,42

Tabulka 6 – Průměrné přidělené známky jednotlivým činnostem na sociálních sítích.

⁴² Číslo 12 bylo nabídnuto pro případ zvolení nepovinné možnosti *jiné*.

⁴³ Výraz kamarád je zde myšlen ve svém obecném významu, ne jako *přítel na sociální síti*. Oba výrazy se však mohou shodovat.

Nad celkovým průměrem 6,00 se ocitlo dozvídání se novinek a prohlížení fotek kamarádů, se kterými se dotazovaní osobně vidají často (známka 6,47). Průměrnou známku 6,93 získalo seznamování se s novými lidmi (většina respondentů využívá síť Facebook, u které poznávání nových lidí není primárním účelem). Nezávazné povídání, u dospívajících tolik oblíbené, překvapivě dotazovaní ohodnotili vysokou známkou 7,12. Sdílení informací ohledně školy (např. taháků) dostalo ohodnocení ještě vyšší (tj. ještě menší důležitosti), a to 7,15. Sdělování pocitů a názorů ostatním a nepovinná položka *jiné* dosáhly stejné známky, a to 8. Napsat svoji vlastní možnost využili dva respondenti a připsali: „Je to rychlé.“ (známka 11), „komunikace s rodinou a kamarády, kteří bydlí v zahraničí“ (známka 5). Za nejméně důležitou činnost prováděnou na sociálních sítích určili respondenti hraní her a používání aplikací sociální sítě, tu oznámkovali na 9,42.

Otázka č. 10: „Čím je pro vás sociální síť?“

V poslední položce respondenti označovali, co pro ně sociální síť představuje. Vybrat si mohli maximálně tři z osmi nabízených variant, přičemž jedna z nich mohla být jejich vlastní (tj. možnost *jiné*, kam vepsali variantu, která jim ve výběru chyběla). Tabulka č. 7 ukazuje nabídnuté možnosti a počet respondentů, kteří je označili (počty u jednotlivých podsouborů jsou zde opět pouze k dokreslení).

čím je pro respondenty sociální síť / počet respondentů	I. ZŠ	II. ZŠ	III. ZŠ	celkem	celkem v %
zdrojem informací	10	33	11	54	73%
zábavou	14	25	6	45	61%
žroutem času	7	25	8	40	54%
prostorem pro zkoušení nových věcí	1	6	1	8	11%
závislosti	3	3	1	7	10%
jejich partou	4		2	6	8%
jiné		4		4	5%
možností být vidět		2		2	3%
příležitostí být anonymní		1		1	1%

Tabulka 7 – Čím je pro respondenty sociální síť.

Pro nejvíce dospívajících (54 osob, 73%) představuje sociální síť zdroj informací. Jedná se především o informace o jejich *přátelích* na sociální síti (viz otázka č. 9). 45 respondentů označilo sociální síť za zábavu (61%). Třetí nejpočetnější skupinou je 40 dotazovaných (54%), kteří sociální síť vnímají jako *žrouta času*. Jako *závislost* internetovou sociální síť však ve svém životě označilo pouze 7 osob, což je 10%. Z toho je vidět, že u zkoumaného vzorku dospívajících, převažují pozitivní stránky používání sociální sítě.

Pro 8 respondentů (11%) je sociální síť prostorem pro zkoušení nových věcí. Tuto charakteristiku vyzdvihuje Šmahel jako velké pozitivum internetu pro dospívající, kdy mohou relativně bezpečně experimentovat se svojí identitou (srov. 2003, s. 71). 8% dotazovaných (6 osob) vidí v sociální síti svoji partu (komunitu svých vrstevníků).

Možnost vepsat svou odpověď využili 4 respondenti. Tři z nich uvedli, že sociální síť pro ně představuje možnost být s lidmi, které jinak často nevidají a jeden respondent napsal: „Je to teď jediný způsob, jak být ve styku s mojí přítelkyní“. Jako příležitost být vidět si cení sociální síť pouze 2 respondenti a jen pro jednoho je toto prostředí atraktivní z důvodu anonymity. Anonymita na sociální síti typu Facebook nebo Twitter není příliš vyhledávaná, protože uživatelé se zde hledají podle skutečných jmen a přezdívek známých i mimo internetové prostředí. Obecně je vystupování pod anonymní přezdívkou typické pro okruh vyznavačů komunikace prostřednictvím chatů. Sociální sítě typu Facebooku chatování také umožňují, ale to se stále odehrává v rámci profilu uživatele (tedy většinou pod jeho skutečným jménem).

3.7 Splnění cílů a ověření hypotéz

☛ Cíl 1: Zjistit, jaké sociální sítě a jak často je využívají žáci 9. ročníků základních škol v regionu Turnovska.

Tento cíl byl úspěšně splněn uvedením výsledků otázky č. 3 a 4. Kromě šesti respondentů, kteří sociální sítě na internetu nepoužívají vůbec, mají všichni zbývající respondenti profil na síti Facebook. To je 93% ze všech dotazovaných. Dalších 45% respondentů využívá oblíbený český portál Lide.cz. Významnější podíl vykazují ještě sítě Meebo, Badoo a Twitter. Dotazovaní sami doplnili, že rádi navštěvují také sítě Hotnot, GamePark a využívají komunikační programy Skype a ICQ.

Co se týče frekvence připojování na sociální sítě, zhruba 60 procent respondentů zaregistrovaných na nějaké sociální síti na ni přistupuje každý den. Mnohem méně, 16% dospívajících, se připojuje několikrát týdně. 12% potom využívá sociální sítě obden.

☛ Cíl 2: Zjistit, v čem mladí lidé spatřují význam sociálních sítí pro svůj život.

Tento cíl se podařilo splnit díky získaným datům z otázek 9 a 10. Otázka č. 9 poskytla informace o aktivitách, které jsou pro respondenty na sociálních sítích nejdůležitější. Mezi pět nejocenenějších patří: komunikace s kamarády, které osobně vídají zřídka a dozvídání se novinek a prohlížení fotek těchto kamarádů. Dále zde nalezneme plánování společných aktivit s ostatními a také možnost dozvědět se o různých událostech. V neposlední řadě je to komunikace s kamarády, které respondenti vídají často i mimo prostředí sociálních sítí.

Otázka č. 10 zase odhalila, že dospívající považují sociální sítě především za zdroj informací a za zábavu. V menší míře je také pro ně virtuální komunita prostorem pro experimenty a jejich partou. Jako negativní vidí část z nich to, že tráví na sociální síti příliš moc času.

☞ Cíl 3: Zjistit, jakou podobu virtuálního přátelství dospívající preferují.

Pro splnění tohoto cíle byla definována jedna z podob virtuálního *přátelství* - koncept *přijímačů* a *vysílačů* přátelství. Na základě interpretace otázky č. 7 a hypotézy č. 4. se ukázalo, že dospívající dávají přednost tomu být spíše příjemci žádostí kontaktů. Tj. většina z nich se profilovala jako tzv. *přijímač přátelství* nebo ten, kdo ve stejné míře vysílá i přijímá žádosti o zařazení do seznamu přátel na sociální síti. Cíl byl tedy splněn.

☞ Cíl 4: Odhalit rizika, která dospívající spatřují ve virtuálním přátelství a sociálních sítích.

Rizika, se kterými se dospívající mohou ve spojitosti se sociálními sítěmi setkat, byla nejdříve zjišťována anketou (v předvýzkumu) a studiem odborné literatury. Zjištěná rizika poté byla nabídnuta respondentům v dotazníku a jejich výskyt interpretován v otázce č. 8 (hypotéza č. 6). Mezi nejčastějšími riziky a negativními jevy se objevila skutečnost, že respondentům na sociální síti někdo lhal, že se místo osobního setkání častěji s kamarády stýkají skrze sociální síť (tedy online), že je někdo přes sociální síť obtěžoval, ale také že už si toho nemají s kamarády tolik co říct a že se cítili pod tlakem, že musí být pořád v pohotovosti, aby mohli odepisovat apod. Cíl číslo 4 byl tedy splněn.

Vyhodnocení hypotéz

☞ H1: Více než 90% respondentů má svůj profil na nějaké sociální síti.

K potvrzení nebo vyvrácení této hypotézy sbírají data otázky číslo 2 a 3. Jedna otázka se dichotomicky táže na to, zda má respondent svůj profil na některé sociální síti (bylo předpokládáno, že je fenomén sociálních sítí mezi dospívajícími natolik rozšířený, že není třeba specifikovat pojmy užívané v dotazníku – zde *profil na sociální síti na internetu*). Pokud respondent neměl svůj profil na žádné ze sociálních sítí, byl požádán o ukončení vyplňování dotazníku. Otázka č. 3 zjišťuje, jaké webové stránky s charakterem sociální sítě respondenti využívají. Tato položka zde slouží jako kontrolní.

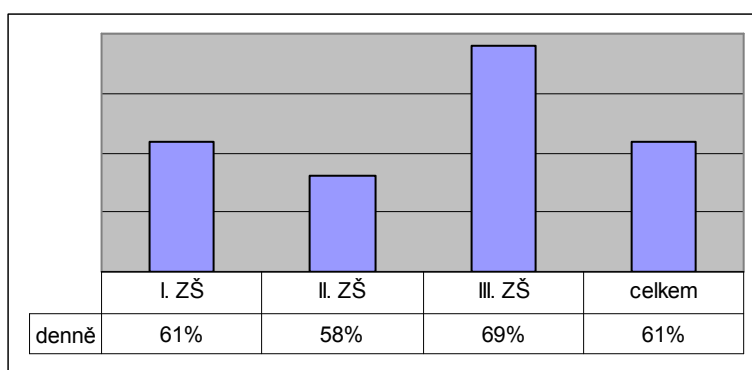
Jak lze vidět na grafu č. 3, je podíl respondentů zaregistrovaných na některé sociální sítě převažující. Jedná se o 74 dospívajících, což je téměř 93%.

Hypotéza číslo 1 se tudíž potvrdila.

➤ **H2: Více než 60% respondentů využívá sociální sítě denně.**

K vyhodnocení této hypotézy posloužila otázka č. 4, která zjišťovala jak často se respondenti připojují na sociální sítě. Ačkoli u podskupiny z II. ZŠ nedosahoval počet respondentů připojujících se denně úplných 60%, výzkumný vzorek je brán jako celek. Díky tomu bylo dosaženo celkově 61% denních uživatelů sociálních sítí (viz graf č. 14).

Hypotéza číslo 2 se tudíž potvrdila.



Graf 14 – Procentuální vyjádření respondentů, kteří se denně připojují na některou sociální síť.

➤ **H3: Pro respondenty je na sociálních sítích nejdůležitější komunikace s přáteli, které osobně často vídají, plánování společných aktivit s přáteli, sdělování svých pocitů a názorů ostatním.**

Informace pro vyhodnocení třetí hypotézy poskytuje položka č. 9, u které měli respondenti za úkol přiřazovat čísla od 1 do 11 nebo do 12⁴⁴ k předloženým výrokům. Číslo jedna vyjadřovalo nejdůležitější výrok a 11 nebo 12 výrok s nejmenším významem pro respondenta.

Tabulka číslo 8 ukazuje pořadí podle průměrných známek vypočítaných z preferencí respondentů. Za nejdůležitější dospívající považují komunikaci s kamarády, které osobně vídají zřídka, plánování společných aktivit a jako třetí nejdůležitější vidí dozvídání se novinek a prohlížení fotek přátel, se kterými se osobně vídají zřídka.

⁴⁴ Číslo 12 bylo nabídnuto pro případ zvolení i možnosti jiné.

Komunikace s kamarády, které osobně vídají často, je na 4. místě a stejně jako plánování společných aktivit se umístila nad celkovým průměrem 6,00. Sdělování pocitů a názorů ostatním je však až desáté v pořadí.

Hypotéza číslo 3 se tudíž nepotvrdila.

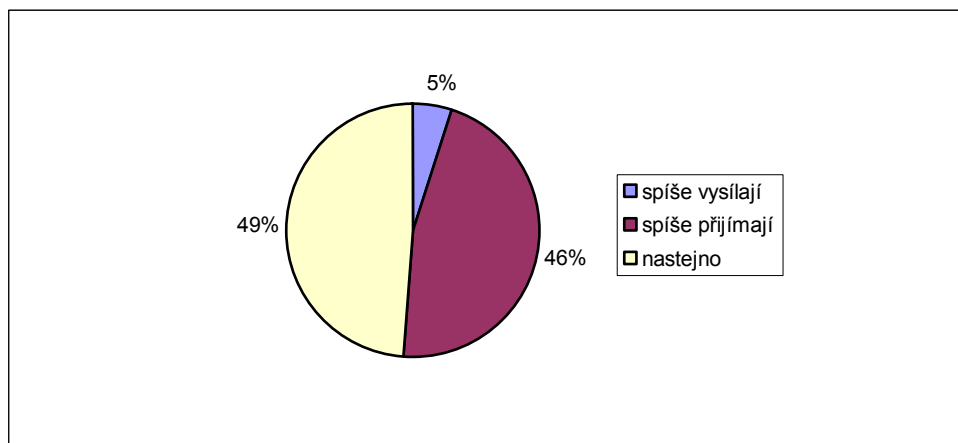
pořadí	průměrná známka	činnost
1	2,15	komunikace s kamarády, které osobně vídám jen zřídka
2	4,15	plánování společných aktivit s přáteli
3	4,39	dozvídání se novinek a prohlížení fotek přátel, se kterými se osobně vídám zřídka
4	4,60	komunikace s kamarády, které osobně vídám často
5	5,70	možnost dozvědět se o různých událostech (např. o koncertech)
6	6,47	dozvídání se novinek a prohlížení fotek přátel, se kterými se osobně vídám často
7	6,93	seznamování se s novými lidmi
8	7,12	nezávazné povídání
9	7,15	sdílení informací ohledně školy (např. taháků)
10	8,00	sdělování mých pocitů a názorů ostatním
10	8,00	jiné
11	9,42	hraní her a používání aplikací
celkový průměr	6,00	

Tabulka 8 – Činnosti seřazené podle důležitosti pro respondenty.

☞ **H4: Více než 80% respondentů patří mezi vysílače přátelství na sociální síti.**

Zde byla podstatná především otázka č. 7, která podává informace o tom, zda respondenti žádosti o přátelství spíše iniciují nebo akceptují. Počet respondentů, kteří se považují za *vysílače přátelství*, je výrazně nižší než u dvou dalších kategorií, jak ukazuje graf č. 15. Ti respondenti, kteří většinou žádosti přijímají a ti, kteří je zhruba stejně často přijímají i vysílají, tvoří skoro stejný podíl.

Hypotéza číslo 4 se tudíž nepotvrdila.



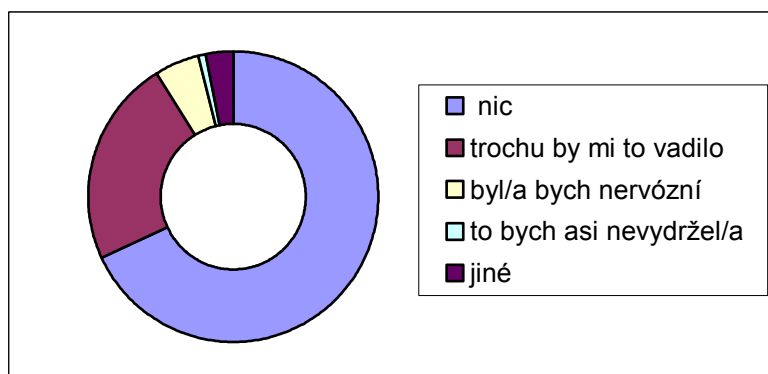
Graf 15 – Procentuální vyjádření vysílačů a příjemců přátelství.

➤ **H5: Dospívající v 90% případů hodnotí i krátkodobé znemožnění připojení k síti jako výrazný diskomfort v prožívání.**

K této hypotéze sbírá data otázka č. 5. Tato položka zjišťuje, jak by se respondent cítil, kdyby se dva dny nemohl připojit na svoji oblíbenou sociální síť. Jako kritérium bylo určeno převažující procento odpovědí *byl/a bych nervózní* a to *bych asi nevydržel/a*. Jak lze vidět na grafu č. 16, převažují odpovědi, že by se nestalo *nic*. Že by byli nervózní, uvedlo 5% respondentů a že by to asi nevydrželi, jen jedno procento.

Ukázalo se, že ani respondenti, kteří se na sociální síť připojují denně, nepovažují krátké znemožnění přístupu na ně za větší problém. Dokonce více než 50% uvedlo, že by jim to nevadilo vůbec. Že by jim to trochu vadilo, připustilo 32%. Diskomfort v podobě odpovědi *byl/a bych nervózní* připustilo jen 9% dotazovaných.

Hypotéza číslo 5 se tudíž nepotvrdila.



Graf 16 – Poměr odpovědí na otázku „Co by se stalo, kdybyste nemohli dva dny jít na vaši oblíbenou sociální síť?“

➤ **H6: Více jak 50% respondentů se setkala minimálně se třemi riziky na sociálních sítích.**

Vodítkem k této hypotéze je otázka č. 8. Zde měli respondenti označit rizika či negativní jevy, se kterými se na sociální síti setkali nebo setkávají. Jak ukazuje graf č. 13, 33% respondentů se setkala s jedním rizikem, 28% se dvěma riziky a 9% se třemi. To je dohromady 70% dotazovaných.

Hypotéza číslo 6 se tudíž potvrdila.

3.8 Závěry šetření a diskuse

Empirické šetření na téma online komunity v životě dospívajících jsem zacílila na region Turnovska. Publikované výzkumy v této oblasti bývají zaměřeny pouze na Českou republiku jako celek. Chtěla jsem proto poskytnout informaci o tom, jaká je v tomto regionu situace, a tím tyto dosavadní výzkumy rozšířit. Zjištěný stav by mohl sloužit např. učitelům při realizaci programů primární prevence sociálně patologických jevů (jako je např. kyberšikana) nebo při mediální výchově. Dotazníkové šetření jsem prováděla s žáky devátých tříd třech základních škol v Turnově. Přestože respondenti už na daných základních školách nejsou (šetření probíhalo na závěr školního roku, tedy na konci jejich povinné školní docházky), získaná data za uplynulých několik měsíců neztratila na výpovědní hodnotě.

Výzkumná otázka šetření se zaměřovala na to, jaké sociální sítě tyto dospívající preferují a jaký význam v nich spatřují pro svůj život. Na základě této výzkumné otázky byly stanoveny čtyři cíle a definováno šest hypotéz. Kromě těchto dvou aspektů byly stanovené cíle zacíleny ještě na otázku preferované podoby virtuálního přátelství dospívajících a na možná rizika spojená s využíváním sociálních sítí na internetu.

Odvozené hypotézy poté pomohly konkrétně rozpracovat vztah dospívajících ke komunitním sociálním sítím. Nejdříve byla detailně popsána strategie empirického šetření a jeho průběh. Následoval rozbor výsledků jednotlivých otázek použitých v dotazníku, splnění cílů a vyvrácení nebo potvrzení hypotéz.

Výsledky empirické sondy ukázaly, že u dospívajících na Turnovsku se objevuje stejná obliba sociálních sítí jako i jinde ve světě. Data se navíc vcelku shodují s výzkumem EU Kids Online provedeným v České republice v roce 2010⁴⁵. Nejoblíbenější sociální sítí se podle očekávání stal Facebook, následoval český portál Lide.cz. Ukázalo se také, že více jak polovina dotazovaných se na svoji oblíbenou sociální síť připojuje každý den. Většina z nich také využívá buď jednu nebo dvě takovéto sítě. Celkově se podařilo splnit všechny čtyři cíle. Potvrzeny byly dvě z šesti hypotéz.

Na základě odpovědí z dotazníku bylo prokázáno, že pro dospívající z daného vzorku je na sociálních sítích nejdůležitější komunikace s kamarády, které osobně zřídka vídají.

Průměrný počet virtuálních *přátel* respondentů je 176. Více než sto přátel na sociální síti přiznalo zhruba 80 procent respondentů. Nejvíce z nich mělo na svém profilu na sociální

⁴⁵ Podrobné srovnání výsledků empirické sondy s ostatními výzkumy viz kapitola Vyhodnocení výstupů empirického šetření a interpretace dat.

síti nad 300 těchto *přátel*. Většina respondentů také uvedla pouze přibližný počet *přátel*, které mají na svém profilu na sociální síti.

Dále se ukázalo, že počet respondentů, kteří častěji přijímají výzvy k uzavření virtuálního přátelství, je obdobný jako u těch, kteří zhruba stejně *přátelství* nabízejí i přijímají. Dospívající, kteří uzavření *přátelství* na sociální síti iniciují, jsou v menšině.

Pro dospívající uživatele představují sociální sítě především zdroj informací a zábavy. Někteří z nich připustili, že na sociální síti tráví více času, než by chtěli. Zajímavé je, že i když většina z nich navštěvuje sociální síť denně, nevadilo by jim, kdyby měli na dva dny tento přístup zamezen.

Jako nejčastější riziko na sociálních sítích se ukázalo být lhaní a dokonce i obtěžování. Jako negativní jev ve spojitosti s používáním sociálních webů respondenti uváděli omezení setkávání se svými vrstevníky tváří v tvář.

Za největší obtíž při realizaci tohoto výzkumného šetření vidím vysoký počet nesprávně vyplněných dotazníků. Také málo respondentů využilo možnosti připsat svoje vlastní odpovědi. Možné řešení se nabízí v doplnění dotazníků nějakou další technikou, například polostrukturovaným rozhovorem s vybranými respondenty. Za další prozkoumání by také stála menšina dospívajících, kteří nevyužívají žádnou sociální síť.

4. ZÁVĚR

Diplomová práce se zabývala sociálními sítěmi na internetu a virtuálním přátelstvím, které je s nimi v úzké souvislosti. Text byl rozdělen do dvou hlavních částí: teoretického oddílu a praktické části reprezentované empirickou sondou na téma online komunity v životě dospívajících na Turnovsku.

V teoretické části byly charakterizovány hlavní znaky virtuální komunikace v souvislosti s dospívajícími. Dále byly zdůrazněny aktuální trendy sociálních sítí a jejich užití dospívajícími se zaměřením na Evropu a Českou republiku. Charakterizována byla také úloha virtuálního přátelství v životě dospívajících na základě specifik a potřeb vývojového období adolescence a popsána rizika virtuálního komunikace a sociálních sítí pro adolescenty. Tím byly splněny cíle stanovené pro teoretickou část diplomové práce.

Empirická část obsahuje deskripci provedené empirické sondy. Jako výzkumné nástroje byly použity anketa a dotazník vlastní konstrukce. Podařilo se splnit všechny tři stanovené cíle a potvrdit dvě z šesti hypotéz. Bylo ověřeno, že sociální síť a virtuální přátelství jsou nedílnou součástí života většiny dospívajících. Byly popsány taky jednotlivé charakteristiky respondentů turnovského regionu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A OSTATNÍCH PRAMENŮ

Tištěné zdroje

Knižní publikace a příspěvky v knižních publikacích

1. BEDNÁŘ, V. *Marketing na sociálních sítích : Prosaďte se na Facebooku a Twitteru*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2011. 197 s. ISBN 978-80-251-3320-0.
2. ČAMEK, J.; KULHÁNKOVÁ, H. *Fenomén Facebook : Objevte možnosti, které Vám otevřou svět*. 1. vyd. Kladno : Jakub Čamek – BigOak, 2010. 128 s. ISBN 978-80-904764-0-0.
3. JANOUGH, V. *Internetový marketing : Prosaďte se na webu a sociálních sítích*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.
4. KRAUS, J. *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova, 2008. 174 s. ISBN 978-80-246-1578-3.
5. LANGMEIER, J.; KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. 4. přepr. a dopl. vyd. Praha : Grada Publishing, 2006. 368 s. ISBN 80-247-1284-9.
6. McLUHAN, M. *Jak rozumět médiím : extenze člověka*. 2. rev. vyd. Praha : Mladá fronta, 2011. Calda, M. 400 s. ISBN 978-80-204-2409-9.
7. ŘÍČAN, P. *Cesta životem : Vývojová psychologie*. 2. přepr. vyd. Praha : Portál, 2006. 390 s. ISBN 80-7367-124-7.
8. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet : Děti dospělými, dospělí dětmi*. 1. vyd. Praha : Triton, 2003. 160 s. ISBN 80-7254-360-1.
9. ŠMAHEL, D.; KONEČNÝ, Š. Vztahy na internetu : Fantazie i zklamání. In *Vztahy v dospívání*. MACEK, P.; LACINOVÁ, L. (eds). 1. vyd. Brno : Barrister & Principal, 2006, s. 161-174. ISBN 80-7364-034-1.
10. VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie I. : Dětství a dospívání*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 2005, 468 s. ISBN 80-246-0956-8.
11. VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. 1. vyd. Praha : Portál, 2005. 320 s. ISBN 80-7178-998-4.

Knižní publikace a příspěvky v knižních publikacích v anglickém jazyce

(pro potřeby své diplomové práce přeložila Šárka Votrubcová)

Příspěvky ze seriálových publikací a sborníků

1. ČÍŽEK, J. Věk sociálních sítí. *Facebook : kompletní průvodce největší sociální sítí*. Speciál 2010 připravený redakcemi časopisů Computer, Jak na počítač a Živě.cz, 2010, roč. a č. neuv., s. 12-14.
2. JEDELSKÁ, E. Drbny na Facebook, chytří na Twitteru? *Psychologie dnes*, 2011, roč. 17, č. 9, s. 30-31.
3. JEGOROVÁ, K. Facebook : Dobrovolně lapení v síti. *Psychologie dnes*, 2009, roč. 15, č. 7-8, s. 26-29.
4. KADLECOVÁ, M. Komunikační fenomén doby. *Psychologie dnes*, 2009, roč. 15, č. 7-8, s. 29-31.
5. KALIBA, M. Hry na počítači : Nedají se zakázat, dají se využít. *Psychologie dnes*, 2011, roč. 17, č. 1, s. 30-33.
6. KARLÍČEK, M. Češi a sociální sítě. *Trend Marketing*, 2010, roč. VI, č. 10, s. 31.
7. VYBÍRAL, Z. Mění se lidská psychika v éře internetu? *Psychologie dnes*, 2001, roč. 7, č. 3, s. 16-19.

Elektronické zdroje

1. *Český statistický úřad* [online]. Liberec : Český statistický úřad, © ČSÚ, 2011, [aktual. 2011-5-25, cit. 2011-06-06]. Města a obce : Liberecký kraj. Dostupné z WWW: <http://www.liberec.czso.cz/xl/redakce.nsf/i/mesta_a_obce>.
2. *Češi na sociálních sítích* [online]. 2011 © Národní Centrum Bezpečnějšího Internetu, [vyšlo 2011-08-04, cit. 2011-12-7]. V článku použity informace z tiskové zprávy společnosti Intel ze dne 13.7.2011. Dostupné z WWW: <<http://www.saferinternet.cz/novinky/1324-3/cesi-na-socialnich-sitich-n>>.
3. a DOČEKAL, D. *Google+ dosáhl 18 milionů uživatelů, v ČR přesáhl 43 tisíc* [online]. © 2011 JustIT.cz. - IT/C zpravodajství, [vyšlo 2011-07-20, cit. 2011-12-7]. Dostupné z WWW: <<http://www.justit.cz/wordpress/2011/07/20/google-dosahl-18-milionu-uzivatelu-v-cechah-presahl-43-tisic/>>.

4. b DOČEKAL, D. *Google+ na vlastní kůži: Nová sociální síť je lepší Facebook* [online]. Lupa.cz - server o českém Internetu, 2011, © 1998 – 2011 Internet Info, s.r.o. [vyšlo 2011-06-29, cit. 2011-12-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/google-spustil-vlastni-socialni-sit-google-uspesne-vytvoril-lepsi-facebook/>>.
5. *EU Kids Online šetření : Klíčová zjištění* [www dokument]. © LSE 2011 - The London School of Economics and Political Science [cit. 2011-12-04]. 6 s. Dostupné z WWW: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/ParticipatingCountries/czech%20republic.aspx>>.
6. *Facebook – Centrum rodinné bezpečnosti* [online]. Facebook © 2011 – Čeština, [cit. 2011-12-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/safety/>>.
7. *Facebook vs. realita* [online videoklip]. Vyrobito Moving pictures studio 2010. Natočeno v rámci 10 h. dlouhého filmového workshopu pro děti, [publikováno 2010-07-21, cit. 2011-06-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.youtube.com/watch?v=22gUYhzG3iI>>.
8. *GamePark* [online]. © 2010 Allstar Group s.r.o., [aktual. 2011-12-13, cit. 2011-12-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.gamepark.cz/>>.
9. Lidský mozek nemůže mít více než 150 přátel [online]. © 1999 – 2011 MAFRA a.s, OnaDnes.cz, [aktual. 2011-06-11, cit. 2011-06-12]. Dostupné z WWW: <http://ona.idnes.cz/lidsky-mozek-nemuze-mit-vice-nez-150-pratel-fgg-/zdravi.aspx?c=A110611_132741_zdravi_lf>.
10. *SPIR NetMonitor : Výzkum sociodemografie návštěvníků internetu v České republice* [www dokument]. NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius. [aktual. 2011-10-?, cit. 2011-12-08]. Lidé.cz/Profily, říjen 2011. Dostupné z WWW: <http://1.im.cz/r2/onas/socio/cz/lide_cz/lide.cz_Profily.pdf?2010-01-27>.
11. a *Zoom Sphere BETA.com* [online]. Created by MicroMedia [aktual. 2011-11-?, cit. 2011-12-07]. Charts : Twitter. Dostupné z WWW: <<http://www.zoomsphere.com/charts/twitter/cs>>.
12. b *Zoom Sphere BETA.com* [online]. Created by MicroMedia [aktual. 2011-11-?, cit. 2011-12-07]. Charts : Youtube. Dostupné z WWW: <<http://www.zoomsphere.com/charts/youtube/cs>>.

Elektronické zdroje v anglickém jazyce

(pro potřeby své diplomové práce přeložila Šárka Votrubcová)

1. DOLLIVER, M. *Take Care When Targeting Teens Online* [online]. Official Blog of GTR Consulting, [vyšlo 2009-10-07, cit. 2011-12-03]. San Francisco (USA) : GTR Consulting (market research firm specializing in qualitative and quantitative analysis among kids, teens, and twenty-somethings). Dostupný z WWW: <<http://gtrconsulting.wordpress.com/>>.
2. *Facebook – Statistika* [online], Facebook © 2011 – Čeština, [cit. 2011-12-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/press/info.php?timeline#!/press/info.php?statistics>>.
3. *Facebook – Základní fakta* [online], Facebook © 2011 – Čeština, [cit. 2011-12-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.facebook.com/press/info.php?timeline#!/press/info.php?factsheet>>.
4. KANAI, R.; BAHRAMI, B.; ROYLANCE, R.; REES, G. Online social network size is reflected in human brain structure. *Proceedings of the Royal Society*, 2011. Shrnutí v článku Science News : Number of Facebook friends linked to size of brain regions, study suggests [online]. *ScienceDaily*, [vyšlo 2011-10-20, cit. 2011-12-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.sciencedaily.com/releases/2011/10/111020025650.htm>>.
5. LIVINGSTONE, S.; ÓLAFSSON, K.; STAKSRUD, E. *EU Kids Online II : Social Networking, Age and Privacy* [www dokument]. EC Safer Internet Programme, 2011, [cit. 2011-12-04], 13 s. ISSN 2045-256X. Dostupné z WWW: <www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/ShortSNS.pdf>.
6. LIVINGSTONE, S.; HADDON, L.; GÖRZIG, A. et al. *EU Kids Online II : Final Report* [www dokument]. The London School of Economics and Political Science, European Community's Safer Internet Programme, 2011 [vydáno 2011-09-?, cit. 2011-12-04], 54 s. ISSN 2045-256X. Dostupné z WWW: <<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>>.
7. NGUYEN, S. *Multitasking Doesn't Work* [online]. WorkplacePsychology.Net, 2011, [vydáno 2011-04-04, cit. 2011-06-06]. Dostupný z WWW: <<http://workplacepsychology.net/2011/04/04/multitasking-doesnt-work/>>.

8. PRENSKY, M. *Digital Natives, Digital Immigrants* [www dokument]. © 2001 Marc Prensky, [cit. 2011-5-12]. Publikováno v *On the Horizon* (MCB University Press, Vol. 9, No. 5, October 2001). 6 s. Dostupný z WWW: <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>>.
9. PRENSKY, M. *Digital Natives, Digital Immigrants, Part II : Do They Really Think Differently?* [www dokument]. © 2001 Marc Prensky, [cit. 2011-5-12]. Publikováno v *On the Horizon* (NCB University Press, Vol. 9 No. 6, December 2001). 9 s. Dostupný z WWW: <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf>>.
10. REIDOVÁ, E.M. *Electropolis : Communication and Community on Internet Relay Chat* [online], © 1991 by Elizabeth Reid, [cit. 2011-06-06]. Melbourne (Australia) : Department Of History, University of Melbourne, 1991. Honours Thesis. Dostupný z WWW: <<http://www.irchelp.org/irchelp/misc/electropolis.html>>.
11. a *Socialbakers.com : Heart of Facebook Statistics* [online]. © Candytech, 2011, [aktual. 2011-06-06, cit. 2011-06-06]. Czech Republic Facebook Statistics. Dostupné z WWW: <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/czech-republic/last-week#chart-intervals>>.
12. b *Socialbakers.com : Heart of Social Media Statistics* [online]. © Candytech, 2011, [aktual. 2011-12-06, cit. 2011-12-06]. Czech Republic Facebook Statistics. Dostupné z WWW: <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/czech-republic>>.
13. *Twitter Blog* [online]. © 2011 Twitter, [aktual. 2011-09-08, cit. 2011-12-06]. One hundred million voices. Dostupné z WWW: <<http://blog.twitter.com/2011/09/one-hundred-million-voices.html>>.